

## **Las experiencias metodológicas y su incidencia en la formación ciudadana: una mirada pedagógica**

Jorge Ignacio Gómez Sánchez  
Docente del Magisterio colombiano  
Docente de cátedra Universidad de Antioquia  
Estudiante de Doctorado en Educación Universidad de Antioquia  
[jorge.gomez9@udea.edu.co](mailto:jorge.gomez9@udea.edu.co)  
ORCID [0000-0002-5995-2917](https://orcid.org/0000-0002-5995-2917)

### **Resumen**

Esta ponencia se constituye en el marco de una investigación doctoral que se cuestiona por las condiciones de posibilidad de formar ciudadanos en un centro comercial. En este contexto el conjunto de métodos de acceso a la información construidos colectivamente: la observación no participante, la salida pedagógica, el foro, los grupos de discusión, los videos y el taller; no solo posibilitaron cumplir con las intenciones metodológicas; sino, además, se constituyeron en experiencias que facilitaron la alfabetización política y ciudadana. Entre las conclusiones se valora la importancia de articular la reflexión pedagógica con la interacción de los participantes tanto en los procesos investigativos como en los formativos.

**Palabras clave:** estudio de caso, experiencias metodológicas, formación ciudadana, centro comercial, reflexión pedagógica.

### **Resumo**

Esta apresentação constitui-se no âmbito de uma investigação de doutoramento que questiona as condições de possibilidade de formação de cidadãos num centro comercial. Nesse contexto, o conjunto de métodos de acesso à informação construídos coletivamente: a observação não participante, a produção pedagógica, o fórum, os grupos de discussão, os vídeos e a oficina; Não só permitiram cumprir as intenções metodológicas; mas, além disso, constituíram experiências que facilitaram a alfabetização política e cidadã. Entre as conclusões, valoriza-se a importância de articular a reflexão pedagógica com a interação dos participantes tanto nos processos de investigação como de formação.

**Palavras-chave:** estudo de caso, experiências metodológicas, formação cidadã, centro comercial, reflexão pedagógica.

## Introducción

*Cada persona brilla con luz propia entre todas las demás. No hay dos fuegos iguales.  
Hay fuegos grandes y fuegos chicos y fuegos de todos los colores.*  
(Eduardo Galeano, 2011)

Los centros comerciales han sido objeto de estudio y análisis de diferentes disciplinas y áreas del saber, la economía, la arquitectura, la sociología, la geografía urbana, la antropología, la semiología, la ciencia política, entre otras. Cada una de esas disciplinas en mayor o en menor medida se centran en la manera de incentivar el consumo (Atkin, 2008; Carvajal, 2015; Vahí y Hurtado, 2017; Ortigón, 2018); en identificar las relaciones sociales que allí se generan (Auge, 1996; Finol, 2005; Cornejo 2006) o en develar las estrategias de la mercadotecnia y el sistema capitalista para generar consumidores (Bauman, 2007; Baudrillard, 2010; Buckingham, 2013).

De manera reciente, se presenta un interés desde los campos de la educación y la pedagogía por analizar lo que sucede en términos educativos a los niños en estas locaciones (Runge, 2016; Cuervo y Giraldo, 2020; Cortes, 2021) desde conceptos anclados al argot de Foucault como gubernamentalidad, técnicas de gobierno o dispositivos. Más allá de lo anterior, esta propuesta investigativa no solo pretende identificar la manera como se educa en el sentido instrumental del término a los asistentes y visitantes a estas locaciones, al hacerlos proclives a las relaciones mercantiles; sino además, con un grupo de jóvenes se busca develar la manera como podría configurarse un centro comercial como un escenario para la formación política y ciudadana.

Puntualmente, el énfasis de esta ponencia se centra en evidenciar la manera como el conjunto de métodos construidos colectivamente, de un lado, favorecen el acceso a la información a través de diversos datos cualitativos, y del otro lado, estos mismos métodos instaron a la alfabetización política y ciudadana. En ese marco, se precisa las conexiones

existentes entre investigar a partir de diferentes métodos de acceso a la información y, al mismo tiempo, esos métodos se constituyen en experiencias que generan aprendizajes de cara a la formación ciudadana.

El proceso investigativo es entendido como un proceso formativo que en este estudio de caso pretende develar un conjunto de contenidos con sustrato político que fomenten aprendizajes y reflexiones e insten por la formación ciudadana en un centro comercial. En este trasegar se emplearon metodologías activas que se centran en la problematización y la contextualización, además del estudio de caso, el aprendizaje basado en problemas, el aprendizaje basado en proyectos y el trabajo colaborativo.

En un sentido amplio entendemos por formación política y ciudadana al conjunto de procesos que posibilitan realizar un acto de comprensión social en contexto a partir de una lectura política y consciente de mundo (Freire, 1984) y al reconocimiento del derecho a la ciudad (Lefebvre 1970; Harvey 2012). La formación ciudadana trasciende a lo que de manera habitual se concibe como la educación en y para el ejercicio de la ciudadanía ofertada en la escuela y en otras instituciones con un sustrato jurídico, deontológico, heredado y que se centra en el reconocimiento de derechos y deberes y los mecanismos de participación ciudadana (Benjumea y otros, 2011). La formación ciudadana presenta un carácter reflexivo, crítico, dinámico, contextual y siempre en construcción, emparentado con una concepción de pedagogía que trasciende la noción de aprendizaje y aboga por la acción política.

Allí cobra relevancia el despliegue de contenidos que posibilitan la reflexión política. Estos contenidos con carácter formativo no se originan a partir de una prescripción deontológica, devienen de la interacción entre el investigador y un grupo de jóvenes participantes en un centro comercial. Para dicha tarea, el conjunto de métodos de acceso a la información o mejor de experiencias metodológicas construidos a través del ejercicio investigativo fueron determinantes.

El texto configurado cuenta con los siguientes apartados, unos apuntes metodológicos en el que se detalla el paradigma, el tipo de estudio, el rol de los participantes, el contexto, los

criterios éticos y los momentos investigativos; posteriormente, se describen la manera como se construyó colectivamente con los participantes las experiencias metodológicas; luego presentamos unas cortas notas sobre el análisis de la información y los resultados; por último, las conclusiones sobre el proceso metodológico y las implicaciones de cara a la formación ciudadana.

### **Apuntes metodológicos iniciales**

*“Los métodos de la investigación social son básicamente los mismos que usan en la vida cotidiana”.*  
(Guber, 2001, p. 47)

En esta investigación se concibe el conocimiento en términos ontológicos como un acto de comprensión en contextos situados y se corresponde desde el ámbito metodológico con el **paradigma social cualitativo**. Este tipo de investigaciones se valen de las particularidades históricas y culturales de las diferentes modos de vivir y las cosmovisiones por las que se cruzan las historias personales (Uribe, 2012). El paradigma cualitativo estima procedente hacer el acento en las experiencias de la vida cotidiana, las acciones, los comportamientos, las reflexiones, las percepciones, las emociones, entre otras. Estas expresiones permiten comprender el entramado social y, de manera específica, en el marco de la indagación referente posibilita identificar las relaciones sociales, educativas y políticas presentadas en un centro comercial.

En este tipo de estudios se privilegia el papel que desempeñan los actores que viven y producen la realidad sociocultural (Galeano-Marín, 2012). El interés no se focaliza en medir efectos, construir leyes de carácter natural o físico, ni corroborar hipótesis. El énfasis está puesto en construir preguntas que propicien interpretar la realidad en un espacio definido (Hernández y Cols, 2003). Se busca reconstruir, interactuar, reflexionar, construir y vivir experiencias. De manera específica, se acude desde del paradigma social cualitativo a **un estudio de caso**, entre otras razones, por la posibilidad de contar con un escenario en el cual se pudiese leer las interacciones de las personas en su diario de vivir (Stake, 1998).

Puntualmente, el estudio de caso y el trabajo de campo se realiza sobre un centro comercial de gran tamaño al constituirse en un artificio social y cultural que busca condensar la ciudad y la vida ciudadana; permite establecer el debate entre lo público y lo privado; acoge en sus instalaciones diferentes grupos etarios, tribus urbanas, emerge como una pasarela de la cultura; posibilita analizar la influencia del entorno global y lo local; también, se establecen relaciones sociales más allá de las de carácter mercantil. Además, en la selección de esta locación citadina influyó las posibilidades de acceso, la anuencia de la administración del centro comercial para posibilitar la indagación, la cercanía del lugar de residencia y de la institución educativa de los jóvenes escolarizados participantes, entre otras.

A propósito, esta investigación contó con la participación de 42 educandos del grado undécimo, el último del sistema escolar obligatorio colombiano, ellos estudian en una institución educativa de la ciudad de Medellín. Los participantes están compuestos por 14 mujeres y 28 hombres con edades entre los 16 y los 19 años. Aquí debe resaltar algunas consideraciones éticas: el ejercicio investigativo se efectuó bajo el principio de la voluntariedad, en todo momento los educandos eran conscientes de lo que se estaba desarrollando a través de un clima afectuoso centrado en relaciones horizontales y solidarias. Además, se les garantizó el derecho a la privacidad y a la confidencialidad, máxime que en buena medida se expresaron en primera persona del singular. Sus voces fueron escuchadas y visibilizadas al punto que participaron activamente en el diseño y ejecución de algunos métodos de acceso a la información.

Tal como se sugiere en este tipo de estudios de índole cualitativo derivados de la interacción del investigador principal con los participantes y las demandas de la investigación en todo el proceso estuvo presente el criterio de la flexibilidad. Está posibilitó revisar lo abordado, replantear asuntos, cambiar otros, releer, reescribir sobre lo escrito, estar atento a escuchar otras voces, mirar de otra manera, todas estas consideraciones estuvieron presentes en cada una de las fases de la investigación: exploración, focalización u profundización (Galeano, 2012). De manera puntual, en el próximo aparte se detalla el momento de focalización en la cual los métodos de acceso a la información se constituyeron en

experiencias metodológicas, toda vez que posibilitaron el despliegue de diferentes contenidos con acento político que posibilitaron pensar la vida ciudadana en un centro comercial.

### **La construcción de las experiencias metodológicas**

*No aprendemos de la experiencia ...  
aprendemos al reflexionar sobre la experiencia.*  
(Dewey, 1967)

Este epígrafe inspira en buena medida esta ponencia, aquí se describe de manera reflexiva la experiencia vivida en esta investigación. Al iniciar la fase de la focalización no se contaba con claridades metodológicas, en el trasegar y de acuerdo con las necesidades investigativas se fueron constituyendo diferentes métodos de acceso a la información: la observación no participante, las visitas pedagógicas, el foro, el grupo de discusión, el video-corto y el taller, cada una de ellas, dejaron de ser concebidas como simples técnicas o métodos de acceso a la información y se configuraron en experiencias metodológicas; en ese mencionado trasegar estuvo presente la reflexión pedagógica.

Los primeros momentos del trabajo de campo en el centro comercial fueron inspirados por la figura alegórica del *flâneur* construida por el poeta Baudelaire y visibilizada posteriormente por (Benjamin, 2005) y emparentada con la deriva situacionista (Debord, 1999). Esta consiste en vagar por las calles, deambular sin un objetivo fijo, experimentar y vivir la vida urbana y dejarse absorber por los diferentes influjos sensoriales. De manera particular, los centros comerciales son espacios de lo efímero, la dispersión, la hiperestimulación, la fascinación y la ensoñación (López-Levi, 1999; Verdú, 2003). Estas condiciones no posibilitan realizar un acercamiento reflexivo al objeto de estudio: la formación ciudadana en este establecimiento.

Por tanto, se hacía necesario acudir a un método de acceso a la información que permitiera analizar el espacio, observar las personas y registrar de manera sistemática los asuntos que presentan interés. En tal sentido, se acudió a **la observación no participante**, y esta vez se emplearon instrumentos como el diario de campo y el registro fotográfico que facilitaron identificar las particularidades espaciales, las implicaciones sociales, la exhibición artística

de los productos, la presencia del cuerpo y su visibilización y algunos discursos que transitan por este establecimiento como el entretenimiento y la felicidad.

A pesar de los valiosos aprendizajes generados aún no emergían con claridad los contenidos políticos. Las circunstancias demandaban interactuar, es decir, no era suficiente con realizar recorridos u observaciones, también, se requería acudir a otros métodos relacionados con el mundo de la vida, además de observar, se solicitaba escuchar y leer (Guber, 2001). Para expresarlo de otra manera, comprender implica vivir e interactuar, para tal fin se invitó a un grupo de jóvenes estudiantes que permitiesen establecer las condiciones de posibilidad de hacer un centro comercial un escenario de la formación ciudadana.

La experiencia previa dejaba como aprendizaje la necesidad de deconstruir, desnaturalizar, desestructurar un espacio de índole mercantil y empezar a leerlo como un territorio político y educativo. No era suficiente visualizar este espacio con los ojos del turista o el transeúnte. En esa tarea las *salidas pedagógicas* con un guion facilitaron agudizar los sentidos, ver de otra manera, afinar la mirada, observar y reflexionar. Se requería pensar el centro comercial más allá de un establecimiento para realizar compras, ir a comer, hacer usos de sus instalaciones o acudir a divertirse y pasar un tiempo de ocio. En dicha tarea, fue clave la noción de *hacer una lectura política de mundo* (Freire, 1984).

En esta segunda estrategia metodológica, se buscaba identificar las particularidades arquitectónicas que hacen el centro comercial diferente a otros espacios ciudadanos, reconocer las prácticas socioespaciales que realizan las personas, los dispositivos que moldean subjetividades y los discursos que transitan por este establecimiento. De manera procedimental, los participantes recorrieron en dos ocasiones las instalaciones por grupos con la intención de leer este espacio con una finalidad educativa. Las fortalezas de esta estrategia metodológica se dieron en dos aspectos: en primer lugar, y de cara a la formación ciudadana, esta se vio favorecida por las dinámicas e interacciones grupales presentadas, asunto que generó seguridad y confianza entre los participantes, aspecto central en el marco de esta indagación; en segundo lugar, las salidas pedagógicas guiadas facilitaron un acercamiento espacial y vivencial con el establecimiento comercial, lo cual se tradujo en un

cúmulo de información. Los instrumentos empleados para acceder a la información fueron esquemas, mapas mentales y conceptuales, que luego son llevados a una tabla de captura de información, para posteriormente, ser socializada, y por último, codificada.

La abundante información construida requería de espacios de socialización, para ello se diseñó *el foro*, entendido como un método grupal en el cual todos los participantes discuten un tema (Cirigliano y Villaverde, 1997). El objetivo consistía en llegar a conclusiones y aprendizajes de manera colectiva sobre la experiencia vivida en las salidas pedagógicas. En estos encuentros fue útil la técnica grupal *brainstorming*, tormenta o lluvias de ideas al facilitar de forma práctica, sencilla e interactiva la condensación de información. De cara a la formación ciudadana el foro propicio asuntos como la participación, la disposición, el trabajo colaborativo, la discusión, y especialmente la reflexión, desafortunadamente el auditorio integrado por 42 jóvenes limitaba la escucha y la participación en igualdad de condiciones para todos los asistentes.

Para menguar tal situación, se indago en otros posibles métodos de carácter grupal que posibilitarán la congregación, la interacción y la escucha. Para ello, se fue diseñando una cuarta experiencia metodológica denominada *grupo de discusión*. Sin duda, la construcción de este método demandó una seriedad logística, debido a la particularidad de reproducir teatralmente la realidad (Monistro, 2007). No se dejó ningún detalle al azar: determinar objetivos, seleccionar los participantes y realizar invitaciones, diseñar consentimientos informados, elaborar un guion de preguntas, elegir el lugar, establecer la distribución de los asistentes, adquirir o prestar los equipos de grabación, contar con monitores o auxiliares, disponer de formas más expeditas para el registro de información, entre otras.

Los grupos de discusión sobresalen entre los métodos interactivos al propiciar la participación voluntaria a partir de reflexiones más directas, personales y vivenciales. Estas además, de la valiosa información expresada, generan y permiten detallar asuntos como la voz, el tono, los gestos, las miradas y la posibilidad de contra preguntar puede llevar a lugares diferentes de los estipulados. Allí está presente el disenso, la polémica, los acuerdos, la

deliberación y una discusión respetuosa, elementos claves en la formación política y ciudadana.

El acervo de información también fue prolijo en cuanto a lo cualitativo, los dos grupos de discusión posibilitaron la emergencia de contenidos con sustrato político en el centro comercial como la libertad, la participación, la individualidad, la colectividad, las relaciones con la ciudad y el valor de lo público, la comprensión del funcionamiento de la mercadotecnia, entre otros. Los grupos de discusión facilitaron realizar una especie de bosquejo o mapa general con algunos de los contenidos formativos desplegados en un centro comercial.

Precisamente, después de un ejercicio de socialización de lo alcanzado en el proceso investigativo y por petición de los mismos participantes se optó por especificar y profundizar en algunas temáticas a partir de la realización de *video cortos*, así se constituye la quinta estrategia metodológica. En alusión a la formación ciudadana se puede decir que los participantes se ven como ciudadanos activos (Lechner, 2008) y conscientes de su proceso formativo al encontrar en un centro comercial diferentes expresiones políticas desde las cuales pueden comprender la vida ciudadana y formarse políticamente.

La utilización de videos no es algo reciente en el ámbito educativo, de manera consuetudinaria los recursos audiovisuales facilitan a los profesores la transmisión de conocimientos a partir de objetivos didácticos estipulados (Bravo, 1996; García-Matamoras, 2014). La novedad reside en los diferentes procesos formativos realizados por los participantes, indagar, entrevistar, observar, dialogar, liderar, proponer, consensuar, analizar, corregir, disentir, representar, socializar, etc. Estas expresiones le pueden conferir a la realización de videos el carácter de aprendizajes significativos.

El abanico de contenidos formativos se diversifica al abordarse temáticas como la felicidad, el adoctrinamiento, la exclusión social, la participación política, la identidad, la libertad, la seguridad, la tranquilidad, la naturaleza, el consumismo y algunos dispositivos de la mercadotecnia, entre ellas, la publicidad, las políticas de precios y el crédito, las

necesidades humanas y la materialidad, entre otros. Así se fue decantando un currículo inacabado, pero construido de manera vivencial. Todo un ejercicio ahora no solo de lectura, sino además de escritura comprensiva y crítica de mundo desde el cual se expresa el derecho a la ciudad entendida como la posibilidad de construir de manera conjunta un mundo mejor (Harvey, 2012).

El cierre del proceso de construcción y acceso a la información culminó con la elaboración de **un taller** con carácter reflexivo y autoevaluativo. Desde allí se toman en buena medida de manera vivencial los aprendizajes derivados del contexto investigativo, en clave de la formación política y ciudadana. Aquí se recuerda el epígrafe de Dewey en el que se expresa la necesidad de construir una experiencia desde la cual valorar y reflexionar la senda transitada. El taller destaca como método de acceso a la información de forma intencionada y premeditada en el marco de una pesquisa (Aponte, 2015; Delgado, 2020).

En el taller autorreflexivo se indagó en asuntos como el grado de participación, la relevancia y los aprendizajes alcanzados en este proceso investigativo. Aquí de manera explícita se pretendía consolidar las razones para justificar un centro comercial como un espacio para la formación ciudadana. Así mismo, se extrapolo estos establecimientos mercantiles al contexto capitalista y neoliberal, se analizó el papel del consumo en la sociedad contemporánea y las alternativas para contrarrestar su influencia. Lo cual deja claro que los centros comerciales no son los únicos espacios en los cuales se educa e instruye al consumidor contemporáneo.

### **Sobre el análisis de la información**

Al culminar la fase de focalización correspondiente al trabajo de campo se configuro gran densidad de información compuesta por datos en diferentes formatos, escritos; visuales como los video cortos y las fotografías; auditivos como las grabaciones de los grupos de discusión. En consecuencia, se requería almacenar, organizar y sistematizar el conjunto de datos contenidos en los instrumentos, entre ellos: los diarios de campo, las tablas de captura de información, esquemas y cuadros sinópticos, análisis de contenido, fichas de lectura, las

fotografías, relatos de los grupos de discusión, el análisis de algunas piezas publicitarias, transcripciones de videos y grupos de discusión, entre otros.

Cada una de las mencionadas experiencias metodológicas requerían afinar instrumentos que posibilitaran la interpretación de la información, correspondiente al momento investigativo de la profundización. En atención a Pedraz y otros (2014) se constituyen procesos **de reducción**, en el cual se selecciona los datos más relevantes o grandes campos de análisis. De manera específica, se fueron configurando tres grandes dimensiones correspondientes al componente espacial, a la estructura económica y al ámbito político. El siguiente momento es el atinente al proceso **de descripción**, allí se presenta la información codificada a partir de las categorías arrojadas en la revisión de los diferentes instrumentos de captura de información, los cuales están articuladas al proceso ya abordado de reducción.

A continuación, en el proceso **de comparación**, se relacionan y contrastan los datos obtenidos desde diferentes métodos, formatos e instrumentos, aquí se logró depurar y sintetizar los datos cualitativos. En la tabla número 1 se encuentran un ejemplo de los procesos de reducción, descripción y comparación. Como puede observarse las dimensiones aglutinan una cantidad de categorías o descriptores y en todos ellos se encuentran exployados discursos y diferentes dispositivos que fueron delimitados y calificados a partir del proceso de comparación.

Posteriormente, se inicia el proceso **de interpretación**, allí se le otorga significado a la información obtenida. El sentido se focaliza en destacar cuales reflexiones, experiencias, acciones, contienen un notorio sustrato político, crítico y reflexivo, desde los cuales pueda concebirse un centro comercial como un escenario para la formación ciudadana. Al tener claro este considerando se inicia el ejercicio **de emisión de resultados** a través de la redacción del escrito final con la configuración de los capítulos de resultados y las conclusiones.

**Tabla 1**  
**Análisis de la información. Procesos de reducción, descripción y comparación**

<i>Dimensiones</i>	<i>Categorías</i>
Espacio	Arquitectura Distribución espacial Discursos de la tranquilidad, la seguridad, la felicidad Mobiliario y ambientación Prácticas socioespaciales
Economía	La vida, las necesidades humanas Consumo Discursos de la abundancia, la moda, fidelización Dispositivos del consumo (mercadeo, publicidad, neuromarketing, crédito, moda, obsolescencia programada) Consecuencias del consumismo Alternativas al consumismo
Expresiones políticas	El poder Discursos de la exclusividad, el lujo, la distinción Debate entre lo público y lo privado. La igualdad y la exclusión La individualidad y la colectividad Libertad y coerción Relaciones con la ciudad

*Nota: Elaboración propia*

Para terminar, se requiere hacer énfasis que la validación de los resultados devienen de los aprendizajes, reflexiones, experiencias constituidas en los diversos métodos de acceso a la información en sus diferentes expresiones y formatos, oral, gráfica, escrita, audiovisual. Asunto que arrojó un acervo de información relevante al posibilitar el contraste de posturas, visibilizar particularidades e identificar recurrencias, todo ello se enriqueció con otros textos provenientes de diversas disciplinas alusivos a las temáticas abordadas, por tanto, la interpretación y el análisis estuvo presente en todo el proceso indagatorio.

### **A modo de conclusiones**

Las investigaciones se alimentan de manera mancomunada de posturas y concepciones ontológicas, gnoseológicas epistemológicas, axiológicas y éticas (Bunge, 1975). En pocas ocasiones, se tiene en cuenta el componente pedagógico. Cuando se habla de pedagógico, no solo esta circunscrito a los aprendizajes de índole cognitivo alcanzados en el ámbito de

una investigación. Sino, además, a las reflexiones derivadas de las experiencias metodológicas construidas y las interacciones generadas entre los participantes. Lo pedagógico y su práctica se entiende en un sentido amplio el reflexionar sobre la praxis (Freire, 1970).

De manera consuetudinaria, en el marco de los cursos de metodología de la investigación se afirma que la investigación se aprende haciendo investigación. Allí se encuentra inmerso el componente pedagógico, este trasciende a la idea generalizada en la cual se entiende la investigación como la articulación de unos métodos, técnicas e instrumentos que posibilitan llegar a unos resultados. La articulación de la reflexión pedagógica presentan el acento en los procesos y las interacciones que posibilitan pensar la experiencia vivida.

Desplegar una mirada pedagógica en los procesos investigativos exige una postura amplia en la que se conjuguen diferentes considerandos, entre ellos: la escucha permanente de los participantes no solo en cuanto a las posibilidades de acceder a información concerniente al estudio, sino, además, en el fomento de un clima afectuoso, espacios seguros y crear lazos de confianza, respeto a su intimidad e integridad. También puede entenderse como pedagógico la posibilidad de comprender los contextos y las particularidades de los participantes, los grupos etarios y poblacionales, los grados de participación, el género, la orientación sexual, la identidad cultural y étnica, entre otros. Lo pedagógico guarda relación estrecha con el sentido de humanizar los procesos investigativos.

Así mismo, en las investigaciones de índole cualitativo, desde que sea posible, se debe fomentar la interacción de los participantes, en el diseño y ejecución de las experiencias metodológicas. De manera particular, en este estudio de caso los participantes diseñaron algunas de ellas, y esto propicio observar algunos procesos concernientes con la formación ciudadana como el liderazgo, la deliberación, el consenso, el trabajo colaborativo, el disenso, la solución de problemas, entre otras.

En los manuales clásicos de metodología de la investigación se les llama técnicas, desde posturas más moderadas se les denomina métodos de acceso a la información, aquí estas

últimas no solo fungieron como estrategias que posibilitaron construir información, sino que fungieron como experiencias metodológicas, toda vez que propiciaron generar un clima afectuoso del que devienen aprendizajes y reflexiones. De manera puntual las experiencias metodológicas posibilitaron develar el despliegue de unos contenidos con acento político en esta locación comercial.

En esta indagación el conjunto de experiencias metodológicas, integradas por la observación no participante, la salida pedagógica, el foro, el grupo de discusión, los videocortos y el taller, posibilitaron la constitución de vivencias, interacciones y reflexiones que lograron hacer de un centro comercial un espacio propicio de lectura colectiva, crítica y política que lo configuran como un escenario desde el cual se puede instar a la formación ciudadana. Todo ello desde pedagogías que invitan no solo a la comprensión, sino además a la acción, al buscar construir entornos más solidarios, respetuosos con los otros y con la madre tierra.

## Referencias

- Aponte, R. (2015). El taller como estrategia metodológica para estimular la Investigación en el proceso de enseñanza-aprendizaje en la educación superior. *Boletín virtual* 4 (10) 49-55 [file:///E:/Perfiles/Jorge/Downloads/ojsadmin,+Gestor a+de+la+revista,+3.+El+taller+como+estrategia%20\(2\).pdf](file:///E:/Perfiles/Jorge/Downloads/ojsadmin,+Gestor+a+de+la+revista,+3.+El+taller+como+estrategia%20(2).pdf)
- Atkin, D. (2008). *El secreto de las marcas: clubes para gente muy especial*. Editorial Robinbook.
- Auge, M. (1996). *Los no lugares, lugares del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa Editorial.
- Baudrillard, J. (2010). *El sistema de los objetos, hacia una definición del consumo*. Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica.
- Buckingham, D. (2013). *La infancia materialista. Crecer en la cultura consumista*. Morata.
- Bunge, M. (1975). *La Investigación Científica*. Ariel.
- Benjamín, W. (2005). *Libro de los pasajes*. Akal.

Benjumea, M.; Gutiérrez, A; Jaramillo, O; Mesa, A. & Pimienta, A (2011). Formación ciudadana y educación para la ciudadanía. Aproximaciones conceptuales y mínimos compartidos. *Revista Temas*. Universidad Santo Tomás 3 (5), 211- 224.

Bravo, L. (1996). ¿Qué es el video educativo? *Comunicar*, nº6. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800620>

Carvajal, F. (2015). *El centro comercial una teoría tipológica. Claves para el reconocimiento de una arquitectura ignorada*. [Tesis Doctoral]. Universidad politécnica de Madrid <http://oa.upm.es/40336/>

Cirigliano, G. y Villaverde, A. (1997). *Dinámicas de grupos y educación. Fundamentos y técnicas*. Lumen-hvmanitas.

Colombia. (1991). *Constitución política de Colombia*. Diario Oficial.

Cornejo, I. (2006). El centro comercial: ¿una nueva forma de "estar juntos"? *Cultura y representaciones sociales*, 1(1), 93-127. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-81102006000100004](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102006000100004)

Debord, G. (1999). La teoría de la deriva. *Internacional situacionista*, vol. I: La realización del arte.. Literatura Gris.

Delgado. B. (2020). *El taller como estrategia metodológica*. [Trabajo de grado]. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua <https://repositorio.unan.edu.ni/15492/1/15492.pdf>

Dewey, J. (1967). *Experiencia y Educación*. Losada.

Finol, J. (2005) Globalización, espacio y ritualización: de la plaza pública al mall. *Espacio abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología* 14 (4) 573-588 <https://www.redalyc.org/pdf/122/12214404.pdf>

Freire, P. (1970). *La pedagogía del Oprimido*. Siglo XXI.

Freire, P. (1984). *La importancia de leer y el proceso de liberación*. Siglo XXI Editores.

Galeano, E. (2011). *El libro de los abrazos*. Siglo XXI Editores.

Galeano-Marín, M.E (2012). *Estrategias de investigación social cualitativa. El giro en la mirada*. La Carreta editores.

García-Matamoros, M. (2014). Uso instruccional del video didáctico. *Revista de Investigación*. 38 (81) 43-67. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376140396002>

Geertz, C. (2003). *Descripción densa hacia una teoría interpretativa de la cultura. La interpretación de la cultura*. Gedisa.

Gómez Sánchez, J. (2024). *El currículo de formación ciudadana: el caso de un centro comercial*. [Tesis Doctoral]. Universidad de Antioquia.

Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Grupo editorial Norma.

Harvey, D. (2012). *Ciudades Rebeldes. Del Derecho de la Ciudad a la Revolución Urbana*. Editorial Akal.

Hernández, H. y Cols. (2003). *Metodología de investigación*. McGraw Hill.

Hernández, R; Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.

Lechner, N. (2008). *Nuevas Ciudadanías*. *Revista de Estudios Sociales* 1(5), 25–31.  
<https://doi.org/10.7440/res5.2000.03>

Lefebvre, H. (1970). *El Derecho a la ciudad*. Ediciones Península.

López-Levi, L. (1999). *Centro comerciales: espacios que navegan entre la realidad y la ficción*. Editorial Nuestro Tiempo.

Monistrol O. (2016). *Técnicas de generación de información en Investigación Cualitativa (I)*. En: Calderón C, Conde F, Fernández de Sanmamed MJ, Monistrol O, Pons M, Pujol E, Sáenz de Ormijana A. *Curso de Introducción a la Investigación Cualitativa. Máster de Investigación en Atención Primaria*. Barcelona: semFYC. Universitat Autònoma de Barcelona. Fundació Doctor Robert;  
[https://www.semfyce.es/wp-content/uploads/2018/01/M4\\_curso\\_intro\\_investigacion\\_cualitativa.pdf](https://www.semfyce.es/wp-content/uploads/2018/01/M4_curso_intro_investigacion_cualitativa.pdf)

Ortegon, L. (2018). *Biofilia en el centro comercial atracción del ambiente de naturaleza y su efecto sobre la imagen. Los estados afectivos y el comportamiento de los visitantes* [Tesis Doctoral]. Universitat de València.  
<https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/68308/TESIS%20PhD%20%20-%20efectos%20de%20la%20Biofilia%20-%20Ortegon-Cortazar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pedraz, M; Zarco, M; Ramasco, M. y Palmar, A. (2014). *Investigación Cualitativa*. Elsevier D.L.

Stake, R. (1998). *Investigación con estudio de caso*. Morata.

Torres, J (2000). *Globalización e interdisciplinariedad el currículum integrado*. Morata.

Uribe, M. (2012). En: M. E Galeano-Marín. (2012) *Estrategias de investigación social cualitativa. El giro en la mirada*. La Carreta Editores.

Vahí, A; Hurtado, C. (2017). Centros comerciales y dinámica urbana en el contexto metropolitano español. Estudio de casos. *Investigaciones Geográficas* (68),27-45.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17653923002>

Verdú, V. (2003). *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*. Anagrama.