

Análisis crítico de fantasmagorías arquitectónicas: el centro comercial

Vicente del Prado Ruza y Gerardo Vilches Fuentes

Universidad Europea

*vicente.delprado@universidadeuropea.es,
gerardo.vilches@universidadeuropea.es*

Estructura de la comunicación

1. Introducción-contextualización
2. Marco teórico
 - 2.1. Pensamiento crítico
 - 2.2. Sociología del urbanismo y centros comerciales
3. Investigación
 - 3.1. Objetivos
 - 3.2. Metodología
 - 3.3. Plan de trabajo
4. Resultados
5. Conclusiones y discusión

1. Introducción-contextualización

INTRODUCCIÓN

- Omnipresencia de los centros comerciales en las sociedades posindustriales
- Aglutinadores del ocio y la vida social y familiar
- Mezcla de lo privado y lo público
- Implicaciones económicas

CONTEXTO

- Máster de Formación del Profesorado de Educación Secundaria y Bachillerato de la Universidad Europea de Madrid
- Preguntas iniciales

2. Marco teórico

Pensamiento crítico

Definición

Competencias

Sociología del urbanismo y centros comerciales

Definición

El centro comercial como espacio urbano



3. Investigación

3.1. Objetivos:

Objetivo principal:

Desarrollar el pensamiento crítico aplicado al análisis de espacios urbanos.

Objetivos secundarios:

Promover una actitud responsable hacia los espacios de convivencia y consumo.

Evaluar el rol propio jugado en los espacios urbanos.

Adquirir competencias de pensamiento crítico para la docencia.

3. Investigación

3.2. Metodología

Aprendizaje por descubrimiento

Innovación educativa

Taxonomía de Bloom

3. Investigación

3.3. Plan de trabajo

FASE 1: Fase preparatoria

FASE 2: Implementación de la propuesta

FASE 2.1.: Taller de sociología urbana (1 sesión)

Contenido teórico

Análisis comparativo de dos fotografías sobre el mismo espacio

Debate en torno a la influencia del espacio

FASE 2.2.: Visita al centro comercial (1 sesión)

Visita al centro comercial Madrid Plaza Norte

Exposiciones de aula

FASE 3: Revisión de los resultados y conclusiones

Destreza de pensamiento

COMPARAR Y CONTRASTAR



¿En qué se parecen?





¿En qué se diferencian?



Con respecto a...



Patrones de semejanza-diferencia significativas



Conclusión o interpretación



4. Resultados

Cuestionario inicial

Ficha de análisis

Rúbrica de evaluación de las exposiciones

Cuestionario individual

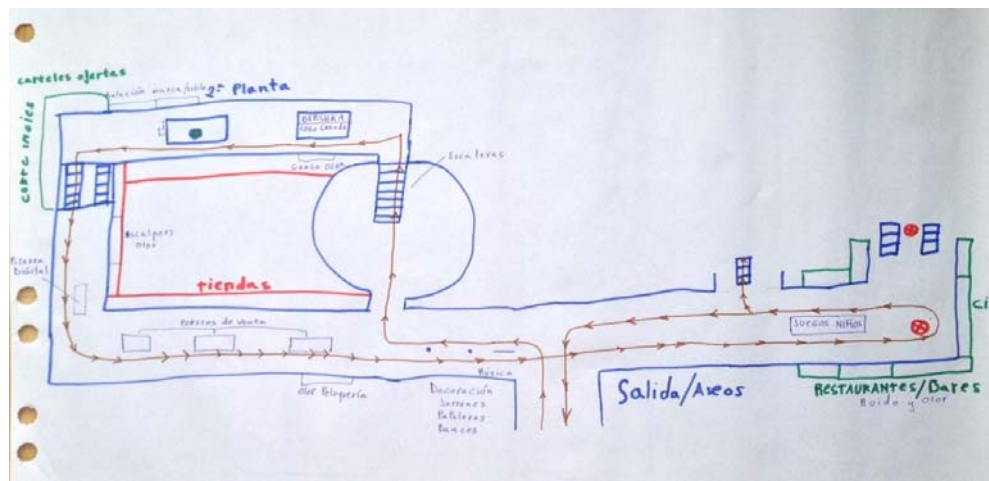
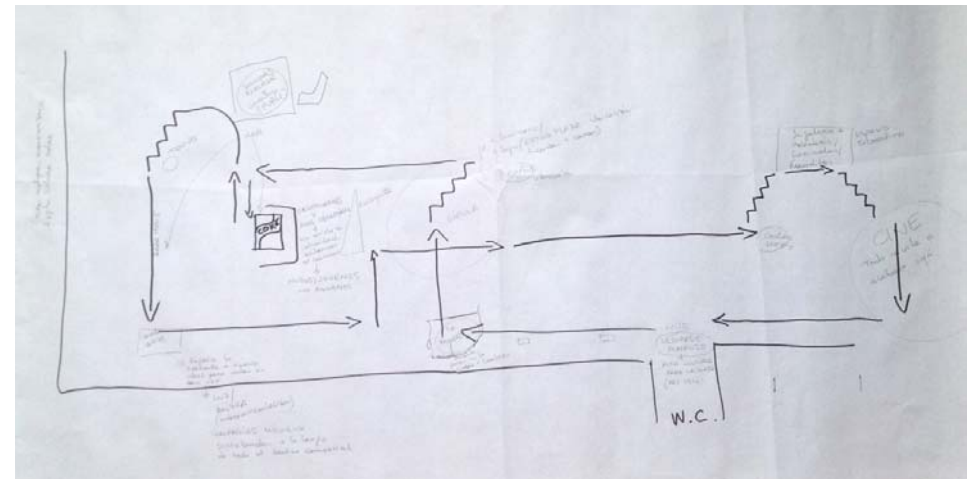
Rúbrica exposición grupal (Pensamiento crítico)

	EXCELENTE (4)	ACEPTABLE (3)	MEJORABLE (2)	INSUFICIENTE (1)
Interpretación general del problema planteado	Ofrecen interpretaciones precisas, exhaustivas y convincentes de los elementos fundamentales que forman parte de los problemas y situaciones planteados.	Ofrecen interpretaciones de los elementos fundamentales que forman parte de los problemas y situaciones planteados.	Ofrecen interpretaciones de algunos de los elementos fundamentales que forman parte de los problemas y situaciones planteados.	No ofrecen interpretaciones de los elementos fundamentales que forman parte de los problemas y situaciones planteados.
Capacidad de inferencia e interpretación de significados no evidentes a través de la evidencia	Identifican e interpretan detalladamente los significados no evidentes aportando evidencias.	Identifican e interpretan los significados no evidentes y aportan algunas evidencias.	Identifican algunos de los significados no evidentes, pero no aportan evidencias.	No identifican ni interpretan los significados no evidentes.
Análisis crítico de las implicaciones sociales y económicas	El análisis crítico de las implicaciones sociales y económicas de la configuración del espacio del centro comercial es detallado y profundo.	El análisis crítico de las implicaciones sociales y económicas de la configuración del espacio del centro comercial es detallado, pero carece de cierta profundidad.	El análisis crítico de las implicaciones sociales y económicas de la configuración del espacio del centro comercial está incompleto.	El análisis crítico de las implicaciones sociales y económicas de la configuración del espacio del centro comercial es superficial y poco preciso.
Capacidad de autoconciencia en el espacio	La exposición deja claro el propio posicionamiento ante el análisis del espacio.	La exposición intuye el propio posicionamiento ante el análisis del espacio, pero no lo explicita claramente ni de forma completa.	La exposición insinúa elementos del propio posicionamiento ante el análisis del espacio, pero no los explicita.	La exposición no deja claro el propio posicionamiento ante el análisis del espacio.
Aplicación práctica de los elementos conceptuales de sociología urbana	Aplican todos los conceptos trabajados en el taller de sociología urbana.	Aplican casi todos los conceptos trabajados en el taller de sociología urbana.	Aplican algunos de los conceptos trabajados en el taller de sociología urbana.	No aplican ninguno de los conceptos trabajados en el taller de sociología urbana.

Tabla resumen de los resultados de las exposiciones (rúbrica)

	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3
Interpretación general del problema planteado	3	3	3
Capacidad de inferencia e interpretación de significados no evidentes a través de la evidencia	4	4	3
Análisis crítico de las implicaciones sociales y económicas	3	4	4
Capacidad de autoconciencia en el espacio	3	4	1
Aplicación práctica de los elementos conceptuales de sociología urbana	3	3	3

Murales usados en las exposiciones



5. Conclusiones y discusión



REFERENCIAS SELECCIONADAS

CORNEJO PORTUGAL, I. “El centro comercial: un espacio simbólico urbano más allá del lugar común”. *UNIRRevista*, 2006, vol. 1, n.º 3, pp. 1-30.

BLOOM, B. S. et alii. *Taxonomy of educational objectives: the classification of educational goals, handbook I, the cognitive domain*. New York: David McKay Company, Inc., 1956.

DEWEY, J. “Mi credo pedagógico”. Buenos Aires: Losada, 1972.

HALPERN, D. Teaching critical thinking for transfer across domains: Dispositions, skills, structure training, and metacognitive monitoring. *American Psychologist*, 1998, 53(4), pp. 449-455.

HERNÁNDEZ CASTELLANOS, D. A. “La ciudad de las fantasmagorías. La modernidad urbana vista a través de sus sueños”. *Andamios*, 2014, vol. 11, n.º 25, pp. 243—271.

LAMY, B. “Sociología urbana o sociología de lo urbano”. *Estudios demográficos y urbanos*, 2006, vol. 21, n.º 1 (61), pp. 211-225.

SWARTZ, R. J. et alii. *El aprendizaje basado en el pensamiento. Cómo desarrollar en los alumnos las competencias del siglo XXI*. Madrid: Ediciones SM, 2015.

¡MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN!