



FACULTAD DE EDUCACIÓN DE PALENCIA
UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

LA INFLUENCIA DE LA CULTURA VISUAL EN EDUCACION PRIMARIA

TRABAJO FIN DE GRADO
EN EDUCACIÓN PRIMARIA

AUTORA: María de las Nieves Peral Duque

Palencia, 11 de julio de 2022

ÍNDICE

1. Introducción	pág. 5
2. Justificación	pág. 6
3. Objetivos	pág. 8
4. Fundamentación teórica.....	pág. 9
4.1. Qué es la cultura visual	pág. 9
4.1.1. Concepto de cultura	pág. 9
4.1.1. Concepto de lo visual.....	pág.10
4.2. La imagen y la comunicación.....	pág. 12
4.2.1. Semiótica de la imagen.....	pág. 12
4.3. La cultura visual y la educación	pág. 15
4.3.1. Evolución histórica.....	pág. 15
4.3.2. La cultura visual: una necesidad educativa	pág. 17
4.3.3. Planteamiento curricular actual	pág. 19
5. Propuesta curricular para la integración de la enseñanza de la cultura visual en el aula de educación primaria	pág. 24
5.1. Contexto	pág. 24
5.2. Objetivos	pág. 24
5.3. Contenidos.....	pág. 25
5.4. Estándares de aprendizaje evaluables.....	pág. 25
5.5. Desarrollo de las sesiones.....	pág. 26
5.5.1. Bloque I - funciones de las imágenes	pág. 26
5.5.2. Bloque II - las imágenes y la comunicación.....	pág. 29
5.5.3. Bloque III - las imágenes y los estereotipos	pág. 32
5.5.4. Bloque IV – publicidad	pág. 34
6. Análisis del alcance del trabajo.....	pág. 37
7. Consideraciones finales	pág. 38
8. Bibliografía	pág. 39
9. Apéndices.....	pág. 41

RESUMEN

La cultura visual está compuesta por el conjunto de imágenes, los métodos de percepción de las mismas y el efecto que estas provocan en la sociedad y en los propios individuos. En la actualidad nos encontramos con una sociedad marcada profundamente por lo visual, una sociedad que sobreexpone a la población a una serie de mensajes y códigos que requieren un conocimiento previo de igual o de mayor complejidad que el mismo lenguaje. Se requiere por tanto de una enseñanza adaptada a las necesidades reales de los estudiantes.

Para introducir este tipo de enseñanza en el sistema escolar se deben replantear, por un lado, la evolución de la Educación Artística como una asignatura que arrastra una metodología basada en un mundo previo a la proliferación de las imágenes y, por otro lado, la actual visión de lo considerado como arte. Llegando así a un nuevo tipo de Educación Artística que abarque la cultura visual y las imágenes artísticas, tanto aquellas procedentes del arte canónico como de las que proceden de la cultura popular, así como el análisis de las imágenes desde una perspectiva crítica.

Esta nueva visión de la Educación Artística basada en las enseñanzas propias de la cultura visual trata de adaptarse a esas necesidades educativas, trabajando el análisis y la semiótica de las imágenes, así como, la relación que existe entre las producciones visuales y la propia realidad.

Palabras clave: Cultura visual, Educación Primaria, Educación Artística, Visualización, Percepción, Interpretación.

ABSTRACT

Visual culture is composed of the whole of images, methods of perceiving them and the effects which they cause on society and among each individual. Nowadays we live in a society profoundly affected by the visual, a society which receives a lot of different messages and codes requiring a previous knowledge of equal if not greater complexity than the linguistic ones. Therefore, it is necessary a comprehensive education, one aligned to the real needs of students.

With the aim of introducing this type of teaching within the scholar system it must be reconsidered, firstly, the evolution of Art Education as a subject that sweeps along the world's before the proliferation of images methodology and, secondly, the current vision of what is considered to be art. This would lead to a new type of Art Education which encompasses visual culture and artistic pictures, images from the canonical art and those from popular culture, as well as the analysis of images from a critical perspective.

This new vision of Art Education based on the teaching of visual culture tries to adapt to these educational needs, thus working on the analysis and semiotics of images, as well as the relationship that exists between visual productions and the own reality.

Key words: Visual culture, Primary Education, Art Education, Visualization, Perception, Interpretation.

1. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se va a abordar el campo de la cultura visual, en primera instancia desde su perspectiva más teórica para, posteriormente, analizar su relación con la educación y exponer, finalmente, una propuesta didáctica que vincule la teoría con la práctica docente.

A través del análisis teórico, se va a reflexionar sobre los diferentes conceptos que componen la cultura visual, tales como la percepción y visualización, los primeros agentes del acto de interpretación de una imagen. Posteriormente, se analizará el carácter comunicativo de las producciones visuales y el efecto que provoca su visionado en los individuos y en la sociedad.

Para finalizar con las bases teóricas, se establecerá una relación entre la cultura visual y la educación, los antecedentes históricos, propuestas metodológicas pasadas y el actual tratamiento de la cultura visual en las aulas de Educación Primaria, partiendo en todo caso del estudio del currículo oficial.

Se incluye una propuesta de introducción curricular de la cultura visual en la asignatura de Educación Plástica que tiene como finalidad principal fomentar el desarrollo de la percepción, visualización e interpretación en los estudiantes de Primaria, optando por un enfoque que desarrolle el pensamiento crítico y autónomo del alumnado. En todo caso las actividades han sido desarrolladas en base a los gustos e intereses visuales de un grupo de referencia formado por estudiantes de 9 a 11 años.

Por último, este trabajo contiene una reflexión final sobre las implicaciones de la introducción de este campo de estudio en la Educación Primaria, sus beneficios y sus problemáticas, así como desarrollar, en base a la fundamentación teórica y el desarrollo de la propuesta práctica, la importancia de una Educación Plástica que cimente las bases de la cultura visual en las escuelas.

2. JUSTIFICACIÓN

La elección de este tema se ha visto motivada por diferentes factores, siendo el primero de ellos la importancia que tiene la imagen en la sociedad actual, una sociedad donde podemos encontrar a niños que aún no han empezado ni a caminar, pero dominan a la perfección los mecanismos táctiles de las tablets y smartphones, un aprendizaje basado en iconos.

Esta influencia visual desde las edades más tempranas se ve reflejado en el desarrollo del aprendizaje de los estudiantes, quienes se inician en la escuela con un reservorio de imágenes que no va a hacer más que incrementarse a lo largo de su experiencia personal y estudiantil, por lo que resulta más que necesario guiar ese aprendizaje igual que hacemos con otras ramas de conocimiento, como es el aprendizaje de la Lengua.

Es en este punto donde entra la cultura visual dentro de las aulas de Educación Primaria, ya que se debe comprender por un lado las producciones visuales, sus mensajes, su relación con la sociedad, sus funciones,... entre otros aspectos, para poder desarrollar debidamente una mirada crítica no solo hacia las imágenes, sino hacia el mundo que nos rodea, con el objetivo principal de llegar a identificar los mensajes, las ideas o valores que transmiten estas producciones y como estas pueden llegar a influir (o ya influyen) en la sociedad.

Todo esto lleva a una necesidad de replantear la Educación Plástica, que se presenta como una asignatura llena de producciones artísticas, para empezar a presentarla como una rama del conocimiento que desarrolle el potencial cognitivo de los estudiantes en los campos de la percepción, visualización e interpretación de producciones visuales. Una asignatura que prepare a los estudiantes para un presente lleno de redes sociales, videojuegos, publicidad, películas, app,... Un presente que actúa con imágenes requiere una enseñanza basada en las imágenes.

A pesar de encontrar una Educación Artística anclada en los aprendizajes clásicos, la escuela ha sufrido una evolución drástica en cuanto al uso de recursos visuales. Hace 20 años era complicado encontrar uso de imágenes (más allá de las propias del libro de texto), actualmente todas las aulas cuentan con la presencia sempiterna de un proyector o pizarra digital. La dinámica de las sesiones utiliza como recurso principal la

proyección de imágenes y no hay unidad didáctica que llegue a su conclusión sin la utilización de una sola imagen.

Todas estas imágenes que rodean a los estudiantes, tanto dentro como fuera de la escuela, forman parte de la cultura visual del estudiante y transmiten una serie de valores, ya sean positivos o negativos, como son los relacionados con la identidad y los roles de género, la raza, los cánones de belleza o los estratos de la sociedad. Valores que debemos enseñar a identificar para favorecer el desarrollo personal y evitar (o reducir) la proliferación de los prejuicios.

Desde mi punto de vista, la cultura visual es un campo de estudio imprescindible a incluir en las enseñanzas artísticas a todos los niveles, especialmente en el alumnado de Primaria, ya que este aprendizaje se desarrolla en todos los individuos en base a la experiencia y el bagaje visual, pero solo con un buen andamiaje se podrán sentar unas bases estables de percepción y análisis contribuyendo así al desarrollo del pensamiento crítico y autónomo.

3. OBJETIVOS

El objetivo principal que motivó el desarrollo de este TFG es:

- Comprender la cultura visual como medio principal para fomentar el desarrollo del pensamiento crítico en los estudiantes a través de la Educación Plástica.

Este objetivo está, a su vez, conformado por otros objetivos específicos como son:

- Comprender la función, las posibilidades y los límites de la cultura visual en su aplicación educación Primaria en la sociedad actual.
- Explorar los diferentes ámbitos que abarca la cultura visual.
- Descubrir la implicación que tienen las imágenes sobre la sociedad.
- Establecer un medio para el desarrollo del pensamiento crítico de los estudiantes a través de las imágenes.
- Adquirir una noción básica sobre la evolución de la educación artística.
- Analizar el currículo educativo en base a las competencias relacionadas con la cultura visual.
- Comprender los precedentes de la cultura visual y su relación con la Educación Artística.
- Estudiar la imagen como elemento comunicativo.
- Reflexionar sobre la influencia de la cultura visual dentro de un contexto.
- Configurar actividades para el desarrollo de la visualización, percepción y análisis de producciones visuales.

4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La cultura visual es un campo de estudio que comprende el conjunto de imágenes, los métodos de percepción de las mismas, además del efecto que estas provocan en la propia sociedad y en el propio individuo. Por lo que se va a analizar punto por punto todos estos aspectos para ver cómo es la influencia de la cultura visual en las aulas de Educación Primaria.

4.1. QUÉ ES LA CULTURA VISUAL

4.1.1. Concepto de cultura

Desde un punto de vista histórico, el significado de la palabra cultura surge en la época de la Ilustración, en Francia y Alemania, bajo el uso de los términos “civilisation” y “kultur” (Trujillo, 2005). También se trata de un término que deriva de la naturaleza, como señalan Walker y Chaplin (1997) cuando definen la cultura “como lo que los humanos han hecho o añadido a la naturaleza mediante su inventiva y trabajo” (p. 23).

Respecto al término “civilización” podemos aludir a todos aquellos hechos políticos, económicos, religiosos, morales y sociales que afectan a una sociedad determinada; mientras que el concepto de “cultura” remite inmediatamente a factores espirituales, artísticos y religiosos, tal y como refleja Tylor (1871):

La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es todo aquel complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad. (Walker y Chaplin, 1997, p. 29)

Se puede determinar así que la cultura se compone por los acontecimientos sociales de una población entre los que se encuentran todos aquellos factores políticos, económicos, sociales... que forman parte de un determinado conjunto de población y que interactúan activamente con los individuos de la misma.

4.1.2. Concepto de lo visual

El concepto de lo visual es un término firmemente ligado al sentido de la vista y todo lo relacionado con él, abarcando otros términos como el de la percepción que, como señalan Walker y Chaplin en el estudio de la cultura visual, se debería incorporar, incluso, aquello que tiene que ver con “la fisionomía de los ojos y la psicología de la percepción visual” (1997 p. 37). De esta forma nos topamos con dos acciones que forman parte de “lo visual”, la visión y la percepción.

➤ Visión:

La visión es la capacidad de percibir la realidad física a través de los órganos de la vista, es decir, se trata de una acción biológica que realiza el ser humano desde el momento en que abre los ojos al nacer, una acción inicialmente inconsciente.

La acción de mirar se compone principalmente de los órganos de la vista y la luz del entorno. Los órganos sensoriales de la vista proporcionan a las personas la capacidad de recibir información sobre el espacio que nos rodea a través de la refracción de la luz sobre los diferentes materiales, que se transmite en forma de ondas visuales.

➤ Percepción:

La percepción, al contrario que la visión, “no está sometida a la información proveniente de los órganos sensoriales, sino que es la encargada de regular y modular la sensorialidad” (Oviedo, 2004, p. 90).

Entendemos así la percepción como una forma de organizar la información obtenida por parte de los órganos visuales que se rige por una serie de criterios individuales que llevan, entre otras funciones, a discriminar algunos elementos frente a otros, poner el foco de visión en un elemento concreto, etc.

Este acto de carácter fundamentalmente individual y que, en principio, puede parecer deliberado acaba transformándose en un acto inconsciente por la economización de los procesos cognitivos mediante esquemas básicos de actuación, que al contrario que la mirada, pueden ser modificados y regulados.

De este modo, la percepción está sometida a diferentes agentes como son las imágenes que rodean a los sujetos y el propio entrenamiento visual que es de carácter individual.

Además de estos dos primeros agentes, la GESTALT establece una serie de leyes de la percepción en base a diferentes estudios donde queda reflejado esta discriminación y jerarquización de los elementos visuales.

➤ **Visualidad:**

Por último, algunos autores mencionan otro concepto relacionado con lo anterior, la visualidad. Este tercer concepto que abarca la cultura visual se traduce como el conjunto de imágenes mentales y la clasificación de las mismas dentro de un mapa cognitivo que va a modular nuestra visión. Lo que quiere decir es que la visualidad tiene un carácter cultural, es decir, como señala Hernández (2005), “No todas las audiencias responden de la misma manera frente a la manera que son invitados a ver unas determinadas imágenes y en las maneras de presentarlas” (p. 28).

Esta clasificación de las imágenes en la psique de los individuos forma parte de su alfabetización visual, su proceso de aprendizaje a la hora de “visualizar” cualquier imagen que le rodea. A través de este bagaje, los individuos asocian diferentes significados, interpretaciones, mensajes, etc., a determinados estímulos visuales.

Se diferencia así la visión de la visualidad por los procesos que manejan, ya que la primera se refiere a un proceso físico/fisiológico, mientras que la segunda forma parte de un proceso social (Walker y Chaplin, 1997), es por tanto una visión socializada. La visualidad es un proceso cognitivo en el que se da sentido a aquello que se observa, aporta así un filtro a través del que interpretamos las imágenes, propias de la realidad o producidas.

Esta relación entre elementos de la cultura visual que forman parte del bagaje de cada individuo se produce mediante una estructura rizomática, que permite que todos los elementos sean dúctiles y transformables, así como capaces de relacionarse sin una jerarquización predeterminada; tal como que expone la metáfora del rizoma de Deleuze y Guattari (2000), “los rizomas no operan jerárquicamente a partir de un centro definido, sino que cualquier punto del rizoma puede ser conectado con cualquier otro” (Hernández, 2005, p.11).

4.2. LA IMAGEN Y LA COMUNICACIÓN

Las imágenes, también conocidas como artefactos visuales, son constitutivos de actitudes, creencias y valores. Podemos hallar que cada imagen aporta un significado; ya sea relacionado con la semiótica de la comunicación o con la realidad propia que ha generado el mundo de la imagen, tal y como Debord argumentó, “las imágenes se han vuelto tan comunes que no solo se fusionan con la realidad, sino que también se han convertido en realidad” (Duncum, 2001, p. 102).

Es necesario, por tanto, atender a la semiótica de la imagen para poder comprender cómo influye esta dentro del campo de la cultura visual. Entendiendo por semiótica la disciplina que estudia los signos, es decir, las cosas que son portadoras de significados, con el objetivo de desentrañar los signos que conforman las imágenes.

4.2.1. Semiótica de la imagen

En primer lugar, se consideraba que las imágenes poseían únicamente el significado que el autor de estas deseaba expresar, y que solo aquellas imágenes creadas eran las que poseían un significado, del mismo modo que sucede con los iconos, imágenes que podemos traducir como un alfabeto visual. Esta concepción da lugar a una serie de sesgos en la realidad de los significados que mueven las imágenes, puesto que cualquier imagen puede inducir un significado.

Duncum (2001) separa en su definición de la cultura visual, la concepción de la imagen artística tradicional atendiendo a la información visual de las composiciones, y no solo al significado y el placer de visualizar de la propia obra.

Utilizado de manera estrictamente utilitaria, una señal de tráfico es solo información. [...] Sin embargo, si se toma la señal de tráfico para referirse a una idea, una creencia o una actitud hacia las carreteras, si la señal indica lo que significa o debería significar una carretera, la señal de tráfico es un artefacto visual relacionado con el significado y se vuelve interesante para el arte. (p. 106)

Dentro de la semiótica, además del significado se debe atender al significante, en el lenguaje escrito se encuentra que las grafías de una palabra son el significante, es decir la representación gráfica. Estas grafías no tiene mayor valor comunicativo que el correspondiente al objeto, pensamiento o idea con el que relacionan.

En el caso de una imagen concreta, esta misma ejerce la función de significante y significado, ya que el contenido final de una imagen se ve determinado por todos los elementos que la componen, desde el grado de iconicidad hasta el medio de difusión en el que podemos encontrar la imagen.

Este proceso de significación de una imagen viene determinado por tres elementos, principalmente, según Barthes (1964):

- **Mensaje lingüístico:** se incluyen en este apartado todas aquellas palabras o frases que acompañan a una imagen determinada. Ejercen una función de anclaje y apoyo al mensaje simbólico de la imagen.
- **Mensaje icónico codificado:** realiza la función de mensaje literal de la imagen, es decir, lo que se asocia con el análisis denotativo que, dentro del campo de la semiótica, serían las imágenes que son únicamente significantes. Este tipo de mensajes no aparece de manera aislada en ninguna imagen ya que, “aun cuando fuera posible configurar una imagen enteramente «ingenua», esta se uniría de inmediato al signo de la ingenuidad y se completaría con un tercer mensaje, simbólico” (p.133).
- **Mensaje icónico no codificado:** este tipo de mensaje se asocia directamente con lo simbólico, el significado propio de la imagen más allá de los códigos denotativos. Esta tercera parte es la que se relaciona más directamente con la cultura visual ya que estos mensajes no codificados tienen diferentes interpretaciones dependiendo de las características propias del sujeto que lo observa.

Teniendo en cuenta los mensajes propios de las imágenes, así como los elementos propios de la semiótica, encontramos una serie de factores que intervienen en el proceso de significación/interpretación de una imagen:

- **Grado de iconicidad:** es grado de semejanza de una imagen respecto a la realidad que representa. El significado de una imagen puede variar dependiendo de la distancia que haya entre la realidad y su representación. Encontramos un grado de iconicidad menor en las producciones destinadas a un público infantil, como cuentos o libros infantiles; mientras que las imágenes destinadas a un público adulto suelen tener mayor semejanza con la realidad.
- **Contexto:** el espacio y el momento donde se produce una imagen y/o la visualización de una imagen.
- **Composición:** la relación entre los elementos de una imagen, o su disposición para formar un conjunto unificado.
- **Soporte:** la interpretación se ve alterada por el soporte, estableciendo un significado distinto si se visiona una imagen en formato digital, un lienzo, una impresión para una revista...
- **Formato:** el tamaño de la imagen también es un factor determinante en la interpretación de la misma, ya que una imagen de mayor tamaño va a fomentar una lectura más rápida, como pasa con los carteles de carretera, mientras que una de menor tamaño va a requerir mayor atención por lo que se pueden incluir más detalles.

Desde el punto de vista comunicativo, partiendo desde la semiótica de la imagen, las producciones visuales modifican el entorno que nos rodea a diferentes niveles, Hernández (2005) relata algunos de los efectos propios de la visualización de imágenes:

- **Las imágenes poseen una entidad propia:** se suele comparar lo visual como lo textual, creyendo que una imagen por sí misma no expresa más que la representación de una serie de signos que pueden ser traducidos mediante códigos como si de semiótica se tratara.
- **Las imágenes son capaces de transformar la realidad:** no solo son reflejos de la sociedad en que se producen, sino que las imágenes magnifican las diferencias sociales, lo que significa que “mirar con atención las imágenes, nos lleva, entre otros destinos, a pensar cómo nos ofrecen versiones concretas de categorías sociales como género, clase, raza, sexualidad, capacidades, entre otras” (p. 26).

- **Las imágenes modifican la manera de mirar:** una imagen no es una representación esperando a ser observada, sino que las imágenes invitan a la mirada de determinados individuos (algo muy característico de la imagen publicitaria); así como tienen la capacidad de “entrenar” la forma de mirar e interpretar una imagen.
- **Las imágenes como lugar de resistencia y reacción:** las representaciones visuales, al contrario que los textos, poseen un carácter colectivo como es el caso del cine o las redes sociales. De esta manera, las imágenes tienen la capacidad de agrupar a individuos que responden de manera similar ante estas.

4.3. LA CULTURA VISUAL Y LA EDUCACIÓN

4.3.1. Evolución histórica

El concepto de cultura visual, como hemos visto a través de las diferentes definiciones, es una realidad que ha acompañado a las diferentes sociedades a lo largo de los distintos periodos de la historia, aunque, según Walker y Chaplin, este hilo de la cultura visual solo puede seguirse hasta 1550; pero es en la época postmoderna donde se le otorga un nombre a esa realidad.

Para este trabajo, voy a acudir a los hechos más recientes de la cultura moderna, aquellos que se inician en el siglo XX y de los que parte el concepto actual de cultura visual. A finales del siglo XX encontramos una época de bienestar, donde se empieza a valorar lo estético sobre lo funcional; donde las imágenes comienzan a intervenir en la propia población y se introducen las primeras ideas de globalización frente a la anterior individualidad local o nacional.

Debord define este tipo de sociedad como “la sociedad del espectáculo”, señala que ha habido una evolución en la sociedad iniciado por un desarrollo capitalista que en un inicio utilizaba las imágenes para fomentar las compras, dando lugar a la “la sociedad del tener”, que en la época posmoderna se transforma en la “sociedad de aparecer”.

Esta sociedad del espectáculo está marcada por las producciones audiovisuales que se emiten a lo largo de todo el mundo conduciendo a la globalización de estéticas corporales, de pensamientos, de formas de vida..., entre otros. Las imágenes han pasado

de ser representaciones de la realidad a consumir una realidad por sí mismas, tal como expresa Debord (1964) “la especialización de las imágenes del mundo se encuentra, consumada, en el mundo de la imagen hecha autónoma” (p. 4). Pero la sociedad del espectáculo no trata únicamente de esa realidad creada por imágenes y los conceptos que estas nos sugieren, la sociedad del espectáculo es en primer lugar una relación social, “una relación social entre personas mediatizada por imágenes”(p.4).

El cine y la televisión se convierten en un medio de comunicación global que permite utilizar la imagen como medio de manipulación de masas, Rochlin (1997) citado por Duncum (2001), señala que “la producción y distribución de imágenes tan obvia y la tecnología de imágenes tan fácilmente manipulables” (p. 102) pueden ser utilizados para introducir una nueva necesidad o producto en todos los hogares, o incluso la modificación de valores o ideas políticas.

La imagen encuentra en el siglo XXI su época de mayor apogeo puesto que se utiliza en todos los medios y con diversas finalidades, convirtiéndose en un lenguaje y realidad propia que va a influir directamente en todo aquel que forme parte de un acontecimiento visual (Mirzoeff, 1999), entendiendo por acontecimiento visual “una interacción del signo visual, la tecnología que posibilita y sustenta dicho signo y el espectador” (p.34).

Todos estos cambios en la transformación social de la época llevan a una necesidad educativa que se contrapone con las anteriores enseñanzas artísticas. Hasta los años sesenta y ochenta del siglo pasado, las imágenes que conformaban la cultura visual se nutrían fundamentalmente de las obras procedentes de las Bellas Artes – pinturas, esculturas, etc. –, realizados por los que eran considerados como los grandes artistas, varones y occidentales, quedándose fuera de esta categorización las obras procedentes de culturas minoritarias o de otros colectivos sociales. Es decir, se quedaba fuera de esta categorización a las obras procedentes de otras culturas o de otros segmentos de población.

Ante este sesgo de lo cultural, un gran número de historiadores y estudiantes de diferentes ramas de lo artístico y lo visual demandaron un cambio en las enseñanzas artísticas, solicitando el estudio de aquellas otras imágenes no necesariamente pertenecientes a la alta cultura, sino también las procedentes de la cultura popular o de culturas minoritarias, que habían sido silenciadas a lo largo de la historia. Además, se

incorporan otro tipo de producciones procedentes del diseño, la moda, el cine, la publicidad, etc.

Solicitan así que se trabaje y estudie una cultura visual que englobe otros tipos de imágenes como son el arte en vídeo, el cine de vanguardia, el arte de las instalaciones y las actuaciones en el entorno, la realidad virtual..., así como que continúe el estudio de la pintura y escultura.

4.3.2. La cultura visual: una necesidad educativa

A partir de estas premisas que tienen como objeto un cambio en el estudio de la Educación Artística, Hernández (2005) establece dos líneas que tratan de enmarcar el estudio de la cultura visual en las aulas. Una primera que tiene como objeto de estudio la propia Historia del Arte, relacionada con el contexto social y cultural de la sociedad en el que se presenta “hacer una historia de lo visual, junto a una historia de la mirada, significa prestar atención a aquellos momentos en los que lo visual es contestado, debatido y transformado” (p.14).

La segunda línea de estudio que aproxima la cultura visual hacia el análisis de las tecnologías de la mirada se apoya en Mirzoeff y su definición de Cultura Visual; donde se relacionan los artefactos visuales con el significado que reporta en él. De esta manera se introduce un nuevo ámbito que debe enseñarse, la tecnología visual, “cualquier ‘aparato’ o ‘soporte’ diseñado para ser mirado o para facilitar la visión, desde la pintura al óleo a la televisión o Internet” (Hernández, 2005, p.15).

Por lo que podemos determinar que, dentro del ámbito de la educación artística, se debe poner el foco en el medio desde el que visionamos las imágenes, así como el contexto social en el que esas se inscriben, ya que cada época utiliza una tecnología visual diferente; “los artefactos de la visión están histórica, social y políticamente determinados y que no pueden estudiarse aislados de estos factores” (Hernández, 2005, p.16).

A su vez, Duncum (2001) establece un significado de cultura visual atendiendo a las necesidades de un educador, por lo que va a trabajar desde dos perspectivas fundamentales “los artefactos que son, primero, significativamente visuales y, segundo, constitutivos de actitudes, creencias y valores” (p.106). Es decir, las imágenes son

portadoras de significados que determinan cómo las personas entienden la realidad que les rodea.

Desde su significatividad visual, Duncum ubica todas aquellas imágenes que se encuentran a disposición de la población; tanto las imágenes que tradicionalmente se han concebido como obras de arte, como aquellas procedentes de la cultura popular. Además, en la contemporaneidad hay que contemplar aquellas otras que se han incorporado a la cultura visual a partir del crecimiento del mundo de las pantallas. En este sentido, como señala Duncum, “ahora se considera que observar la vida real directamente es, como argumentan los teóricos posmodernos, una cuestión de ver a través de un velo de imágenes mediáticas” (p. 105).

Desde este punto de vista, debemos considerar cultura visual todas aquellas imágenes que son significativamente visuales, ya sean imágenes creadas o formen parte de la experiencia individual de observar la realidad que nos rodea.

Partiendo de estas bases teóricas, podemos asumir que la educación se ve directamente influida por todos estos medios que incrementan el bagaje visual de los consumidores, en este caso centrándonos en los niños y niñas que se encuentran en edad escolar, llevándonos a analizar la cultura visual como un campo propio de las enseñanzas regladas.

Desde esta perspectiva, Aguirre (2006) comprende la cultura visual como las diferentes relaciones que unen el arte con lo social, lo político, lo cultural, ... y cómo la mirada del espectador varía en función de ese bagaje visual; una definición que entra en conflicto con las metodologías propias de la educación artística que suelen centrarse en los modelos expresionistas y logocéntricos.

Este tipo de metodologías entran en contraposición con los fundamentos que establecen estos autores sobre la cultura visual, siendo esta una herramienta fundamental para la enseñanza y desarrollo de la comprensión crítica. Una enseñanza cada vez más necesaria dentro de una sociedad cargada de instrumentos visuales donde cada individuo es a la vez consumidor y creador de contenido.

Por ello, con este trabajo se pretende establecer un enfoque que relaciona la cultura visual con la educación artística, es decir, el estudio de los artefactos y acontecimientos

visuales que conforman, precisamente, la cultura visual. Para ello, se decide optar por un estudio crítico de las imágenes dada la influencia que ejercen en la sociedad contemporánea, especialmente, en los niños y niñas de educación primaria.

4.3.3. Planteamiento curricular actual

Como se ha planteado a lo largo de este trabajo, la cultura visual es un agente que influye de manera determinante en diferentes aspectos del desarrollo de un individuo en las distintas etapas y ámbitos de su vida, por ello debería incluirse de algún modo su estudio dentro los cursos de Educación Primaria, pudiendo focalizarlo en la asignatura de Educación Plástica.

Partiendo de la etimología de la nomenclatura con la que nombramos esta asignatura, encontramos un elemento principal la palabra *Plástica*. Lo plástico es todo aquello que es manipulable, modelable,... aquello que se puede transformar con ayuda de la intervención de un agente externo, en este caso el sujeto creador. Por tanto, las artes plásticas son las que se caracterizan por el uso de materiales plásticos, como el modelaje, la pintura al óleo, pintura al pastel, etc. Este concepto llevado a las aulas confiere a la asignatura una predisposición a las producciones manuales, plásticas y, en definitiva, al concepto tradicional de arte; dejando a un lado diferentes medios y formatos, como pueden ser los formatos TIC.

En segundo plano, el contenido propio de la materia está influido por otros de los nombres que dieron lugar a la asignatura propia del arte, *Expresión Plástica*. Este sobrenombre hace que la asignatura adquiera un matiz comunicativo íntimamente relacionado con el arte, donde cada producción visual debe tener como finalidad expresar una idea, un pensamiento y/o una emoción.

Asumiendo estas premisas, y a falta de la legislación en Castilla y León en el marco referencial en base a la LOMLOE, se va a tomar como referencia para este trabajo el currículo oficial de Castilla y León para la etapa de Primaria, el cual establece tres líneas de estudio sobre las que se apoya el desarrollo docente en la asignatura de Educación Plástica,

En la primera se plantea la discriminación de imágenes fijas y en movimiento, al inicio mediante la experimentación con imágenes del entorno, pasando después a la

secuenciación de imágenes para llegar finalmente a la realización de proyectos audiovisuales en los que se aplique lo aprendido; la segunda, al alumno del dibujo bidimensional en papel al diseño tridimensional digital, adquiriendo entre ambos, conceptos básicos de volumen, profundidad y proporción; y, la tercera, consiste en dar mayor relevancia en los primeros cursos al dibujo y a las destrezas manuales y, en los últimos, a las destrezas digitales y al dibujo técnico. (DECRETO 26/2016, de 21 de julio, p. 44.561)

Se establecen por tanto tres bloques de contenidos, un primer bloque que hace alusión a la educación audiovisual donde se va a enfatizar el uso de elementos TIC; un segundo bloque que abarca las producciones artísticas, la interpretación y producción de “grandes” obras, estilos pictóricos y desarrollo de destrezas manuales básicas; el tercer bloque de contenido se relaciona directamente con el ámbito de las matemáticas, siendo este el desarrollo práctico de la geometría, bloque que pertenece a la asignatura de Matemáticas.

A partir de estos bloques de contenido establecidos para el currículo de Primaria se va a analizar cuáles de sus contenidos y estándares se relacionan con la cultura visual:

<p>BLOQUE 1. EDUCACIÓN AUDIOVISUAL</p>	<p>Las imágenes en el contexto social y cultural. Interpretación, valoración y comentarios de la información que proporcionan.</p>	<p>2.4. Realiza fotografías, utilizando medios tecnológicos, analizando posteriormente si el encuadre es el más adecuado al propósito inicial.</p> <p>2.5. Elabora carteles con diversas informaciones considerando los conceptos de tamaño, equilibrio, proporción y color, y añadiendo textos utilizando la tipografía más adecuada a su función.</p>
---	---	---

	<p>La imagen en los medios y tecnologías de la información y la comunicación. Análisis y valoración de la intención comunicativa de los nuevos códigos audiovisuales. El uso responsable de las tecnologías de la información y de la comunicación.</p>	<p>3.2. Conoce las consecuencias de la difusión de imágenes sin el consentimiento de las personas afectadas y respeta las decisiones de las mismas.</p> <p>3.3. No consiente la difusión de su propia imagen cuando no considera adecuados los fines de dicha difusión.</p>
<p>BLOQUE 2: EXPRESIÓN ARTÍSTICA</p>	<p>La percepción. Descripción oral y escrita de sensaciones y observaciones. Características del entorno próximo y del imaginario</p>	<p>4.1. Organiza y planea su propio proceso creativo partiendo de la idea, recogiendo información bibliográfica, de los medios de comunicación o de Internet, desarrollándola en bocetos y eligiendo los que mejor se adecuan a sus propósitos en la obra final, sin utilizar elementos estereotipados, siendo capaz de compartir con otros alumnos el proceso y el producto final obtenido.</p>
	<p>Códigos artísticos. Asimilación de claves como medio de expresión de sentimientos e ideas. Criterios para el desarrollo de un pensamiento estético en la comunicación oral y escrita.</p>	<p>2.6. Distingue el tema o género de obras plásticas.</p>
	<p>El color. Aplicación de tonalidades de forma intencionada.</p>	<p>2.1. Distingue y explica las características del color, en cuanto a su luminosidad, tono y saturación, aplicándolas con un propósito concreto en sus producciones.</p>

		<p>2.2. Clasifica y ordena los colores primarios (magenta, cyan y amarillo) y secundarios (verde, violeta y rojo) en el círculo cromático y los utiliza con sentido en sus obras.</p> <p>2.3. Conoce la simbología de los colores fríos y cálidos y aplica dichos conocimientos para transmitir diferentes sensaciones en las composiciones plásticas que realiza.</p>
	<p>La obra artística como instrumento de comunicación personal y de transmisión de valores culturales.</p>	<p>4.1. Organiza y planea su propio proceso creativo partiendo de la idea, recogiendo información bibliográfica, de los medios de comunicación o de Internet, desarrollándola en bocetos y eligiendo los que mejor se adecuan a sus propósitos en la obra final, sin utilizar elementos estereotipados, siendo capaz de compartir con otros alumnos el proceso y el producto final obtenido.</p> <p>6.2. Aprecia y disfruta las posibilidades que ofrecen los museos de conocer las obras de arte que en ellos se exponen.</p>

Fuente: elaboración propia a partir del Decreto 26/2016, de 21 de julio, por el que se establece el currículo y se regula la implantación, evaluación y desarrollo de la Educación Primaria en la Comunidad de Castilla y León.

Como se puede observar en la tabla, los contenidos de la Educación Plástica están fundamentalmente orientados a la expresión y comunicación mediante la creación de obras artísticas, pero dentro de estos objetivos se ocultan una serie de procesos que van estrictamente ligados a la producción artística de los estudiantes, no parándose a analizar aquellas producciones, no necesariamente artísticas, que rodean a los estudiantes transmitiendo múltiples mensajes que ellos deben ser capaces de interpretar.

En el caso de la comunicación dentro del mundo de las imágenes, los estudiantes son a la vez emisores y receptores, por lo que deben ser capaces de identificar los mensajes a la vez que tener la facultad para producir sus propios mensajes mediante un código que comprendan los receptores, “la propuesta creativa no depende, pues, únicamente de la interioridad del emisor, sino de las condiciones de los receptores y sus capacidades perceptivas”. (Fontal Merillas et al, 2015, p. 12).

Se plantea así una Educación Plástica donde prima la visión comunicativa de la imagen desde un único punto de vista, el productor de la misma, dejando de lado las impresiones recibidas por los diferentes receptores. Por otro lado, se presume de la educación analítica, donde se introducen conceptos sobre la composición, los formatos y los materiales en imágenes propias de las *Artes Clásicas*, dejando de lado aquellas producciones que se acercan en mayor medida al entorno de los estudiantes.

A partir de estos contenidos curriculares, y teniendo en cuenta las implicaciones actuales que tiene la cultura visual en la sociedad actual y en el desarrollo cognitivo de los estudiantes, se va a diseñar una propuesta donde se incluya este campo de estudio, así como se trabajen los contenidos y competencias que establece la ley educativa.

5. PROPUESTA CURRICULAR PARA LA INTEGRACIÓN DE LA ENSEÑANZA DE LA CULTURA VISUAL EN EL AULA DE EDUCACIÓN PRIMARIA

5.1. CONTEXTO

El contexto en el que se va a centrar esta propuesta curricular es un centro de Educación Infantil, Primaria y Secundaria situado en la zona periférica de la capital Palentina. El grupo en el que vamos a centrarnos es el de 4.º de Primaria, un grupo compuesto por 23 estudiantes de los cuales hay 14 niñas y 9 niños de edades comprendidas entre los 9 y 10 años.

Entre los recursos materiales con los que cuenta el centro podemos destacar el aula principal, con proyector, acceso a internet, ordenador para el docente, y pizarra digital y tradicional, tablets para cada uno de los estudiantes; además de sillas y pupitres. El centro también pone a disposición del grupo el aula de psicomotricidad, así como el polideportivo, para poder realizar actividades que requieran mayor movilidad.

5.2. OBJETIVOS

Para la configuración de estos objetivos, contenidos y estándares, se ha tomado como referencia los expuestos en el currículo oficial para Educación Primaria de Castilla y León en el DECRETO 26/2016, de 21 de julio.

Objetivo principal:

- Desarrollar el pensamiento crítico a partir del visionado y análisis de imágenes de la cultura visual.

Objetivos específicos:

- Identificar los diferentes medios en los que podemos encontrar imágenes.
- Comprender que las imágenes influyen de manera directa en nuestra forma de pensar.
- Valorar la imagen como elemento comunicativo.
- Relacionar diferentes imágenes con el formato al que mejor se adecuan.
- Localizar estereotipos en producciones visuales.

5.3. CONTENIDOS

- Los grados de iconicidad de una imagen y su relación con el receptor al que se destina.
- Percepción y análisis de la imagen.
- Códigos artísticos. Asimilación de claves como medio de expresión de sentimientos e ideas.
- La imagen como medio de comunicación.
- La imagen en la publicidad.

5.4. ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES

- Durante el proceso de percepción, relaciona unas imágenes con otras por su afinidad en formato, grado de iconicidad, uso del color, ...
- Es capaz de distinguir las imágenes por su tema, género y/o función principal.
- Detecta elementos estereotipados durante la visualización de imágenes y trata de evitarlos en el desarrollo de sus producciones.
- Entiende la importancia que tiene la imagen en la sociedad como medio de comunicación de valores, tanto positivos como negativos.

- Reconoce y enumera los distintos medios en los que se pueden encontrar imágenes.
- Identifica algunos códigos del lenguaje visual durante la percepción y creación de imágenes.
- Describe los elementos que componen una imagen, analiza sus posibles significados y desarrolla una interpretación de la producción.
- Comprende que las imágenes pueden tener diferentes interpretaciones dependiendo del receptor.
- Localiza las imágenes propias del sector publicitario e identifica el objetivo de las mismas.

5.5. DESARROLLO DE LAS SESIONES

5.5.1. Bloque I - Funciones de las imágenes:

Como medio de iniciación a esta unidad se va a la trabajar principalmente partiendo del conocimiento previo de los estudiantes sobre el mundo de la imagen, presentado unas sesiones enfocadas a conocer los diferentes medios en los que se encuentran las imágenes, así como las funciones principales de las mismas.

En todo caso se parte del conocimiento propio del alumnado, así como de sus gustos ya que eso es lo que conforma su actual alfabetización visual.

1.ª SESIÓN “¿DÓNDE HAY IMÁGENES?”

Objetivos:

- Identificar los diferentes medios en los que podemos encontrar imágenes y las características propias de las imágenes según el medio.

Desarrollo de la sesión:

Como introducción al desarrollo de la unidad, se realizará una lluvia de ideas a partir de una primera cuestión “¿Dónde encontramos imágenes?”. Con este primer interrogante los estudiantes deberán pensar en los diferentes medios en los que podemos visionar imágenes, como por ejemplo en televisión, libros, periódicos, carteles, museos, etc.

Tras esa primera pregunta añadimos otra, “¿Para qué sirven esas imágenes?”, es decir, cuál es la función de la imagen dependiendo del medio en el que se publica.

Actividad 1: Detectives de imágenes (40 min.)

Se divide a la clase en grupos de 4 personas, asignando a cada grupo un tema de forma aleatoria, entre los que se encuentran: libros infantiles-juveniles, libros de texto, revistas, periódicos y cómics. Cada grupo investigará las imágenes pertenecientes a su formato atendiendo a los siguientes apartados:

- ¿Predominan los dibujos o las fotografías?
- ¿Cómo son los colores de las imágenes?
- ¿Las imágenes tienen muchos o pocos detalles?
- ¿Son imágenes complejas o sencillas de comprender?
- ¿Las imágenes acompañan a algún tipo de texto?
- ¿Cuál crees que es la función de las imágenes?

Para llevar a cabo esta investigación, los estudiantes utilizarán como recursos principales la biblioteca del aula, revistas, periódicos, los libros de texto y sus tablets con acceso a internet. Una vez finalizada la búsqueda de información, la compartirán con toda la clase de modo que se puedan observar las similitudes y diferencias entre las imágenes, y sus funciones dependiendo del formato en el que se encuentran.

2.ª SESIÓN “CADA IMAGEN CON SU FORMATO”

Objetivos:

- Identificar los diferentes medios en los que podemos encontrar imágenes y las características propias de las imágenes según el medio.

Actividad 1: ¡Pilla al mentiroso! (15 min)

Esta actividad servirá como medio de reforzar los contenidos y aprendizajes adquiridos en la sesión anterior. La clase se dividirá en grupos tal y como se encuentren sentados, por turnos saldrá un miembro del grupo para decir a qué formato pertenece una imagen que se proyectará en la pizarra electrónica, pudiendo decir la respuesta correcta o engañar a sus compañeros con una respuesta incorrecta de tal modo que son sus compañeros quienes deberán desmentir o reafirmar a su compañero con una breve justificación.

Actividad 2: Productores de imágenes (45 min)

De forma individual, deberán realizar una composición visual que tenga como finalidad formar parte de un libro de literatura infantil-juvenil y, por otro lado, un anuncio publicitario. El objeto que deberán representar en ambos casos es una muñeca. La composición se realizará con la técnica del collage, podrán utilizar cartulinas, papeles de colores, revistas, etc., además de añadir algún detalle o texto con los útiles tradicionales de dibujo.

Comparamos las obras de todos los estudiantes, con el objetivo de encontrar las semejanzas entre las producciones enfocadas al libro de texto y aquellas enfocadas a la publicidad. Podremos observar que la ilustración literaria da más libertad creativa que aquella enfocada a enseñar un producto, donde la principal intención es que se vea bien el producto. También podremos encontrar representaciones literarias y publicitarias enfocadas a un género determinado.

5.5.2. Bloque II - Las imágenes y la comunicación:

Este segundo bloque de contenido va a ir directamente relacionado con el papel comunicativo de la imagen y la multiplicidad de significados que esta puede aportar. El objetivo principal de estas sesiones va a ser remarcar que todas las imágenes comunican algo, ya sea de manera intencionada o inintencionada, pero debemos conocer esos códigos comunicativos al igual que conocemos los propios de la comunicación hablada y la comunicación escrita.

3.ª SESIÓN “NOS COMUNICAMOS MEDIANTE DIBUJOS”

Objetivos:

- Valorar la imagen como elemento comunicativo.
- Aprender a comprender los mensajes que envían las imágenes y cómo nos influyen.

Actividad 1: ¡Adivina el logo! (15 min)

Para esta actividad se va a utilizar la app Logo Quiz, una aplicación que consiste en adivinar marcas, juegos, aplicaciones, ... a partir de sus logos a los que les han eliminado las letras. Se dividirá a la clase por parejas, y a cada pareja se le proporcionará un folio en blanco plastificado con una funda, de modo que podrán escribir sobre ella y borrarlo cuando salga un nuevo logo. Ahí deberán escribir el nombre de la marca a la que creen que corresponde el logo que se estará proyectando en la pizarra digital y levantarlo para que lo vea el tutor que guía la actividad.

El objetivo de esta actividad es hacerles ver que con solo una imagen muy sencilla, ellos están interpretando una empresa, un producto o un servicio; es decir, las imágenes pueden comunicar significados.

Tras la realización les vamos a preguntar por qué creen que recuerdan todos esos logos, les explicamos que es porque son muy sencillos mediante una actividad de dibujo rápido.

Actividad 2: Memoriza y dibuja (10-15 min)

Se proyectarán en la pizarra digital diferentes logos e imágenes, uno a uno, durante 10-15 segundos. Tras el visionado y memorización del logo, deberán dibujarlo de forma individual y de memoria, en un principio utilizando logos con formas sencillas y después imágenes más complejas. Después de la actividad se les preguntará si es más fácil recordar una forma simple o una forma compleja para que, a través de su propia experiencia asocien que una imagen sencilla se realiza con la finalidad de que se recuerde más fácilmente, sobre todo en el caso de la publicidad.

Actividad 3: Gartic phone (35 min)

Mediante el juego online Gartic phone, tendrán que jugar al teléfono escacharrado en grupos de 5 – 6 personas. Al inicio de cada juego el tutor que guíe la actividad deberá decir a cada grupo el concepto, acción u objeto a representar, de modo que se irá alternando dibujo y descripción del dibujo. Algunas de las palabras para representar son:

- Casa
- Miedo
- Vacaciones
- Familia

Una vez finalice el dibujo cada grupo podremos observar cómo, ante un mismo concepto, se han realizado dibujos muy diferentes y la idea inicial ha cambiado por completo dependiendo en todo caso de la interpretación de cada uno.

4.ª SESIÓN “MISMA IMAGEN, DIFERENTES INTERPRETACIONES”

Objetivos:

- Comprender que una misma imagen puede tener diferentes interpretaciones.

Actividad 1: El antes y el después (1 hora)

Esta actividad consiste en realizar un relato a través de una imagen, en este caso imágenes extraídas de algunas películas pertenecientes al Studio Ghibli (anexo I). De forma individual, deberán escoger de las imágenes e inventar un breve relato sobre qué sucedió antes y que pasará después de ese fotograma. Para favorecer el proceso, los estudiantes podrán partir contestando a las siguientes cuestiones:

- ¿Quiénes son los personajes de la imagen?
- ¿Qué hacen ahí?
- ¿De dónde vienen?
- ¿Adónde van?

Una vez lo hayan realizado, leeremos las historias de cada uno para comprobar que ante una misma imagen podemos encontrar múltiples historias y todas ellas serán a su vez correctas porque una imagen puede tener tantas interpretaciones como sujetos la observen.

5.5.3. Bloque III - Las imágenes y los estereotipos:

En este apartado se va a tratar de secuenciar una serie de sesiones y actividades enfocadas a resaltar como las imágenes se relacionan con la sociedad, en concreto con la formación de estereotipos y prejuicios. Se tomarán como referencia imágenes extraídas de videojuegos, películas, series, etc., con los que estudiantes estén familiarizados, comparando el estereotipo con la realidad para reflexionar sobre la formación de estos prejuicios iconográficos.

5.ª SESIÓN “PERSONAJES Y SUS CARACTERÍSTICAS”

Objetivos:

- Comprender que las imágenes influyen de manera directa en nuestra forma de pensar.
- Localizar estereotipos en producciones visuales.

Actividad 1: Crea tu personaje (20-25 min)

Cada estudiante deberá crear un personaje (que no sean ellos mismos) mediante la página de bitmoji, una página de generación de avatares de cuerpo completo. Después de crear al personaje deberán asignarle una serie de características, es decir deberán responder a la pregunta ¿cómo es tu personaje?

Durante la realización podremos comprobar como las descripciones van a ser muy similares en cuanto a rol femenino y masculino se trata, así como podremos apreciar que la mayoría de las mujeres van a llevar el pelo largo y los hombres el pelo corto. Cuántos han creado a un personaje que tuviera la piel morena, cuántos llevan gafas, cuántos tienen los ojos rasgados...

Con este tipo de actividad podemos reseñar aquellas ideas preconcebidas que forman parte del bagaje visual de los estudiantes y que al reproducirlas incrementamos ese tipo de estereotipos.

Actividad 2: La evolución de las princesas Disney (30 min)

Para reforzar el concepto de que los estereotipos de las imágenes influyen en la sociedad y viceversa, se preguntará a los estudiantes qué princesas Disney conocen y cuál es el papel de cada una de ellas en las películas. Les mostramos entonces una línea temporal (anexo II) con las diferentes princesas Disney donde vemos que el prototipo de princesa va a variar con el paso del tiempo. Esta línea de tiempo se inicia con princesas caucásicas que apenas aparecen durante la película, evolucionando hacia personajes principales de diferentes etnias, complejiones y personalidades.

Para apreciar mejor la evolución de los personajes se realizará un breve visionado de clips de diferentes películas donde se muestre de manera significativa los matices de los personajes en su representación audiovisual.

Ante esto vamos a realizar un pequeño debate que tendrá como fundamento principal reflexionar sobre los siguientes temas:

- ¿Todas las princesas Disney se parecen?
- ¿Qué diferencias hay entre las princesas más antiguas y las más modernas?
- ¿Por qué ha cambiado el prototipo de princesa Disney a lo largo de los años?
- ¿Cómo os imagináis que pueda ser la siguiente princesa Disney?

5.5.4. Bloque IV – Publicidad:

Este último bloque cumple la función de cierre de la unidad, trabajando de nuevo la semiótica de la imagen dentro del extenso campo de la publicidad, enfocándolo hacia un análisis crítico de los objetivos publicitarios que se pueden encontrar en múltiples medios.

6.ª SESIÓN “ANALIZAMOS LA PUBLICIDAD”

Objetivos:

- Comprender que las imágenes influyen de manera directa en nuestra forma de pensar y en la construcción identitaria de las personas.

Desarrollo de la sesión:

Como inicio de sesión se planteará a la clase una pregunta ¿dónde hay publicidad?, para que entre todos se vaya concretando los diferentes medios donde encontramos spots, anuncios, carteles, espacios publicitarios...

- ¿En qué medios encontramos la publicidad?
- ¿Cuáles son los anuncios que más os gustan?
- ¿Crees que se emiten los mismos anuncios a diferentes horas del día?
- ¿Cuánto duran los anuncios de televisión?, ¿y los de YouTube?
- ¿Salen los mismos anuncios en el móvil de tus padres que en tu tablet?
- ¿Alguna vez habéis presionado a vuestros padres para que os compren algo?

Actividad 1: ¿Cuál prefieres? (10 min)

Para esta actividad se va a dividir la clase en grupos de 4 o 5 personas. Cada grupo deberá debatir qué producto prefiere entre una selección de 2 productos similares, pero de marcas diferentes, ya sea por calidad, por marca, por precio, por estética... Por turnos, cada grupo indicará cuál es el que compraría, si todos los miembros del grupo están de acuerdo con la decisión, y las razones de su elección.

Mediante esta actividad podremos ver que la publicidad influye en el producto que queremos adquirir, ya que se tiende a elegir aquel producto que conocemos mejor o que estimamos de mayor calidad por su campaña publicitaria.

Actividad 2: Analizamos anuncios (40 min)

Manteniendo los grupos de la actividad anterior, los estudiantes van a tener que visionar un tipo de anuncio y analizarlo atendiendo al:

- Formato: vídeo, imagen, cartel...
- Producto
- Duración
- Protagonistas
- Sensación que provoca
- ...

La selección de los anuncios a analizar estará formada por una campaña de concienciación, un vídeo de un youtuber, una captura de publicidad para compras dentro de un videojuego y un anuncio de YouTube. Esta selección tiene como finalidad enfocar el análisis de la publicidad al entorno más próximo de los estudiantes.

Una vez hayan realizado el análisis se pondrán en conjunto los resultados y se realizará una reflexión sobre las diferencias entre la publicidad analizada por cada grupo.

7.ª, 8.ª Y 9.ª SESIÓN “HAGAMOS UN ANUNCIO”

Actividad 1: Creamos un anuncio (3 h 30 min)

Durante estas sesiones, por grupos de 5 o 6 personas, se va a realizar un pequeño anuncio (máximo 60 segundos) de concienciación sobre temas relativos al centro, como por ejemplo sobre el bullying, un anuncio del colegio, de incitación a la lectura, del programa de mediadores del centro...

La grabación se realizará con las cámaras de las tablets de los estudiantes y la edición mediante la app de Filmora go.

Dividiremos esta actividad en varias fases:

- Puesta en marcha: el grupo decide el tema de su vídeo y los roles que van a realizar (actores, cámara, editores...).
- Guion visual: mediante viñetas de comic van a hacer un storyboard de cómo será su anuncio. Podrán realizarlo por dibujo o fotografía.
- Grabación: dispondrán de la biblioteca del centro, u otra aula que se encuentre disponible para la grabación de su anuncio.
- Edición: se realizará por medio de la app filmora go.
- Visualización: se visualizarán todos los vídeos en conjunto y se realizará evaluación inter pares además de auto evaluación mediante una rúbrica.

6. ANÁLISIS DEL ALCANCE DEL TRABAJO

Este trabajo se ha conformado en gran medida desde una perspectiva teórica con un enfoque plenamente práctico, ya que se trata de conformar una unidad didáctica aplicable a un contexto real, donde se aúnen la cultura visual y el currículo de Educación Primaria.

Por motivos del contexto, las actividades han quedado exentas de experimentación real, pero esto no limita el realizar un análisis de las consideraciones a tener en cuenta en la realización de una propuesta curricular de este ámbito, así como enumerar los resultados que se pretenden obtener con el desarrollo de la misma.

En primer lugar, para la introducción de este tipo de actividades se debe atender al currículo oficial, además de exponer una planificación y temporalización minuciosa con la finalidad de trabajar los contenidos de la propuesta sin opacar los que ampara la ley. Es decir, esta propuesta debe poseer un enfoque amplificador donde se trabajen los contenidos propuestos y diferentes contenidos de carácter transversal.

Tras su realización, los estudiantes podrán encontrar un acercamiento a la cultura visual y al análisis crítico de imágenes de su propio entorno, pero esta introducción al campo de la cultura visual debe reforzarse periódicamente para llegar a conseguir la adquisición de las competencias y destrezas necesarias para enfrentarse a un mundo plenamente visual.

Por ello se plantea esta unidad como un primer acercamiento, un acercamiento que debería prolongarse desde la Educación Infantil, Primaria, Secundaria, incluso en los niveles de educación postobligatoria.

7. CONSIDERACIONES FINALES

A lo largo de este trabajo se ha pretendido desarrollar una idea, las imágenes modulan la sociedad y la sociedad modula las imágenes, y es la cultura visual el extenso campo que estudia todos los procesos que rodean a este fenómeno. Por esto mismo resulta necesario incluir el estudio de la cultura visual en los cursos de Educación Primaria, ya que el alumnado recibe cientos de estímulos visuales y debe estar preparado para recibirlos, visualizarlos e interpretarlos.

Puede parecer que el campo de la cultura visual esté conformado por conceptos abstractos y complejos, entre los que encontramos valores, dobles significados, prejuicios, creencias, ideologías, ... Pero a pesar de la complejidad del todo que conforman el campo de las imágenes, es necesario introducir ciertos conceptos y esquemas de observación en las primeras etapas de aprendizaje.

El objetivo principal de aplicar este tipo de actividades busca fomentar una base de conocimiento y análisis que permita a los estudiantes adquirir poco a poco mayor autonomía en la visualización de producciones visuales, previniendo las interpretaciones planas y con poco o nada de análisis crítico.

La escuela debe asegurarse de inculcar en los estudiantes algunos aspectos como comprender la importancia de las imágenes y cómo estas se relacionan con nuestra sociedad, y con cada uno de nosotros como sujetos individuales, modificando nuestra forma de pensar, nuestros gustos, nuestra forma de vestir, e incluso nuestra ideología.

8. BIBLIOGRAFÍA

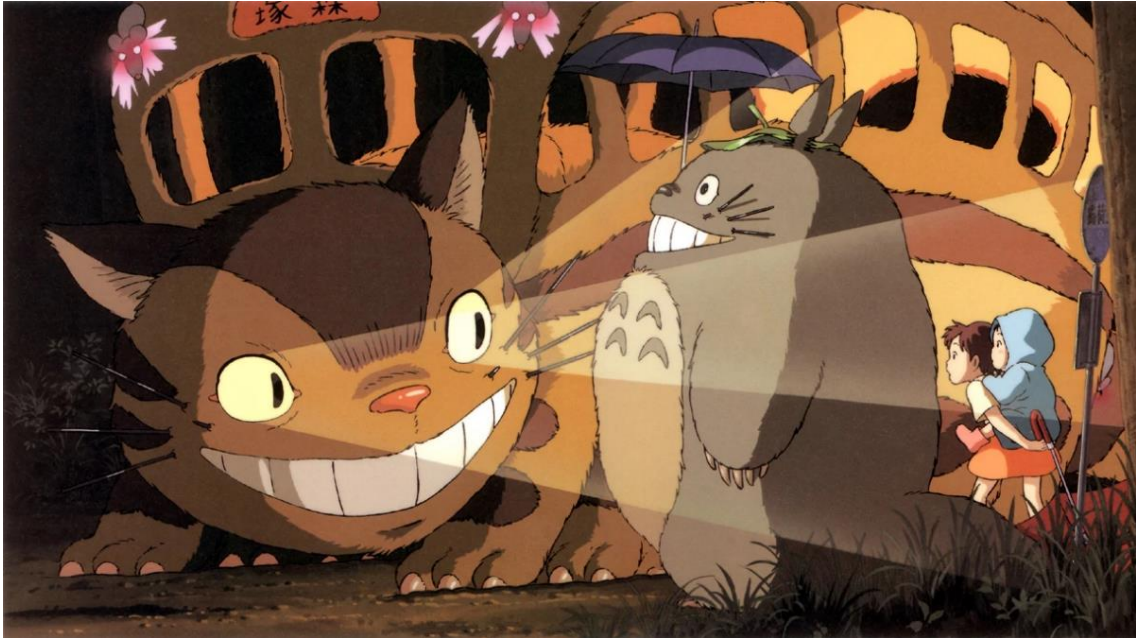
- Aguirre Arriaga, I. (2006). *Modelos formativos en educación artística: Imaginando nuevas presencias para las artes en educación*. Universidad Pública de Navarra. <https://bitacoramaedar.files.wordpress.com/2013/08/imanol-aguirre-modelos-formativos-en-e-artc3adstica.pdf>
- Barthes, R. (1964). Retórica de la imagen. http://www.fadu.edu.uy/slv-i/files/2012/05/Barthes_Roland-Retorica_de_la_imagen.pdf
- de Alba González, M. (2010). La imagen como método en la construcción de significados sociales. *Iztapalapa Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 69, 41-65.
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Biblioteca de la mirada.
- DECRETO 26/2016, de 21 de julio, por el que se establece el currículo y se regula la implantación, evaluación y desarrollo de la Educación Primaria en la Comunidad de Castilla y León.
- Duncum, P. (2001). Visual Culture: Developments, Definitions, and Directions for Art Education. *Studies in Art Education*, 42 (2) 101-112.
- Fontal Merillas, O. Marín Cepeda, S. y García Ceballos, S. (2010). *Educación de las artes visuales y plásticas en Educación Primaria*. Editorial Paraninfo.
- Hernández, F. (2005). *¿De qué hablamos cuando hablamos de cultura visual?* Educação & Realidade.
- Mirzoeff, N. (1999). *Una introducción a la cultura visual*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Oviedo, G. L. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la Teoría Gestalt. *Revista de estudios sociales*, 18. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81501809>
- Trujillo, F. (2005). En torno a la interculturalidad: reflexiones sobre cultura y comunicación para la didáctica de la lengua. *Porta Linguarum*, 4, 23-29. <https://www.researchgate.net/publication/28178436> En torno a la intercult

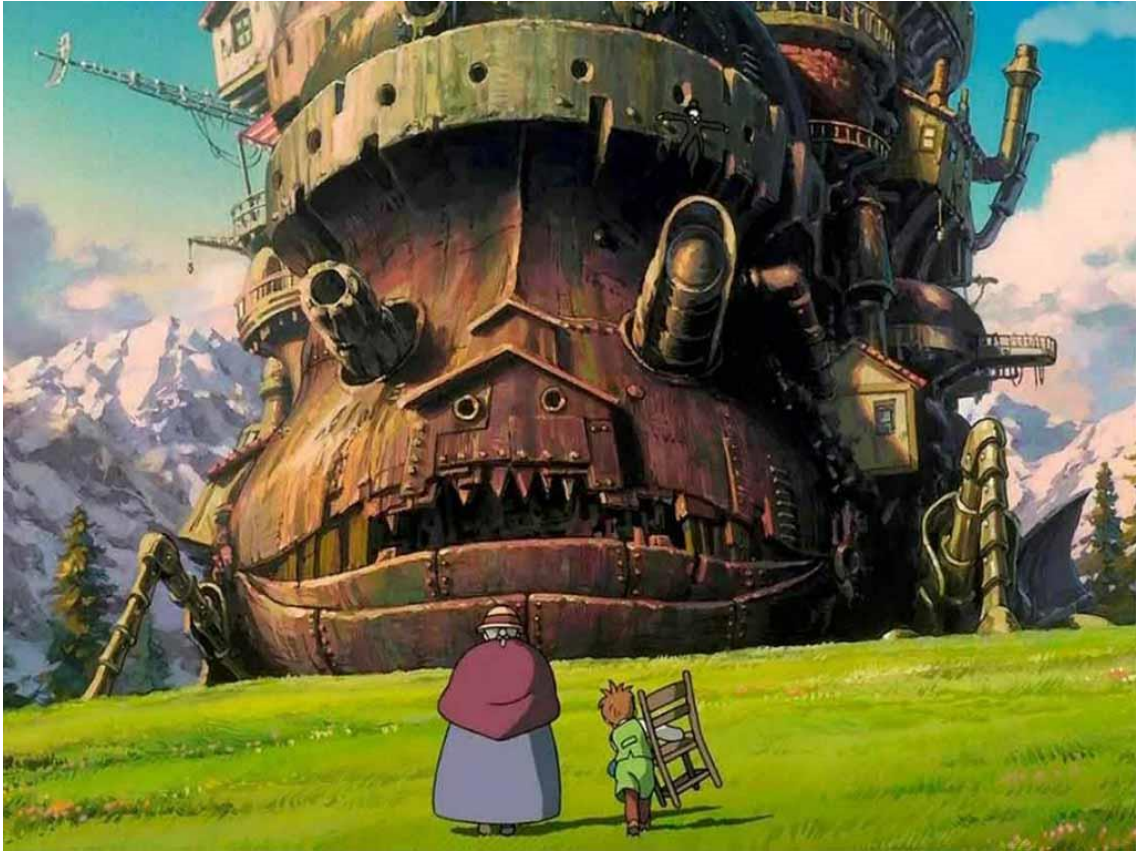
uridad reflexiones sobre cultura y comunicacion para la didactica de la
lengua

Walker, J. y Chaplin, S. (1997). *Una introducción a la cultura visual*. Editorial Octaedro.

9. APÉNDICES

ANEXO I: ACTIVIDAD ANTES Y DESPUÉS





ANEXO II: LÍNEA TEMPORAL PRINCESAS DISNEY

