



Universidad
Zaragoza



Facultad de
Ciencias Sociales
y Humanas - Teruel
Universidad Zaragoza

Máster en profesorado de Enseñanza Secundaria Obligatoria, Bachillerato,
Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas, Artísticas y Deportivas -
Especialidad de Dibujo y Artes Plásticas.

Curso 2012-2013

TRABAJO FIN DE MASTER
MODALIDAD B

LINEA DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN DOCENTE

**CAUCES PARA LA CREATIVIDAD PLÁSTICA,
ESCENOGRÁFICA Y AUDIOVISUAL**

TÍTULO

LITERAL
ARTE Y COMUNICACIÓN POSTAL

AUTORA

IRENE COVALEDA VICENTE

DIRECTORA

CARMEN MARTINEZ SAMPER

Lo que era público hoy se privatiza
y lo privado no logra salvarse de la publicitación

Índice

Presentación	3
I PARTE.....	6
1. Contextualización: cauces para la creatividad plástica, escenografía y audiovisual.	
2. Objetivos del proyecto artístico/docente	6
3. Fundamentación teórica.....	6
4. Diferentes visiones de lo público y lo privado	7
5. Diálogo/ entrevista/ Del hablar cotidiano al conversar profesional. De lo privado a lo público.	9
6. Espacio privado, espacio público	10
II PARTE	12
7. Proceso de trabajo	12
7.1 Diferentes visiones de lo público y lo privado.....	13
7.2 la necesidad de impactar.....	18
8. El proyecto docente	25
8.1. Docencia y creatividad	25
8.2. Opinar para comunicar	25
8.3. Experiencia; memoria; observación; convenciones y posibilidades narrativas	25
8.4. Elaboración de un discurso Figurar. Lenguaje y figuración	26
8.5. Objetivos	26
8.6. Contenidos.....	27
8.7. Temporalización.....	28
III PARTE	29
9. El proyecto expositivo	29
9.1. Trabajo artístico.....	29
9.2. Imagen para un proyecto, cartel de la exposición y diseño de un logotipo	32
10 Glosario	35
11. Conclusiones	37
Anexos.....	38
Bibliografía/Webgrafía.....	39

Presentación

Este trabajo está fundamentalmente dedicado a la práctica de las artes. Ubicándolo dentro de la línea de investigación de Cauces para la creatividad Plástica, Escenográfica y Audiovisual, pero se centra especialmente en Plástica. Interactúa con un proyecto docente que está en íntima relación con las materias artísticas en toda su extensión y con la asignatura de Lengua y literatura fundamentalmente.

“Literal, arte y comunicación postal” es un proyecto de intervención en el espacio público que aborda las relaciones existentes entre dos ámbitos cuyos límites resultan cada día más difíciles de precisar: lo público y lo privado. Si, como afirma N. García Canclini en su ensayo “La ciudad desdibujada”¹, hubo épocas en las que lo público era un espacio, hoy cuesta encontrar acuerdos compartidos acerca de lo que incluye cada uno de estos términos. ¿Cómo se imbrican lo público y lo privado?, ¿cómo se produce la intromisión de los objetivos privados de, por ejemplo, los empresarios de los medios de comunicación en nuestra vida privada?, ¿de qué manera múltiples asuntos que formaban parte del mundo privado (la condición de género, la identidad étnica, las preferencias sexuales, etc.) ahora ganan visibilidad pública? y, al contrario, ¿cuáles son los mecanismos por los que los espacios públicos de nuestras ciudades desaparecen o se deterioran en beneficio de los intereses privados? ¿De qué manera lo que era público hoy se privatiza y lo privado no logra salvarse de la publicitación? Estas y otras cuestiones relacionadas son las que se abordan en este proyecto.

Hemos utilizado el medio postal para evidenciar estos límites difusos entre lo privado y lo público, y los trasvases de una esfera a otra, teniendo en cuenta que el propio medio postal conjuga en sí mismo ambas caras: se trata de un servicio público que penetra en la privacidad de los hogares. De esta manera, con la elaboración y envío de unas trescientas tarjetas postales que contenían un mensaje manuscrito, aparentemente personal, he pretendido visibilizar la débil frontera que divide lo público de lo privado y generar al mismo tiempo un debate social en la ciudadanía, al incitar a los destinatarios de las postales a aportar opiniones utilizando este mismo medio de comunicación. Con ello, quiero evidenciar también la trascendencia de las nuevas maneras de conexión y comunicación, que conforman un mosaico complejo de personas interactuando, mediadas por los medios tradicionales y trascendiendo las fronteras de lo público y lo privado. De hecho, los nuevos medios de comunicación han convertido los ámbitos privados en algo absolutamente permeable.

¹ García Canclini, Néstor. “Público-privado. La ciudad desdibujada” [en línea]. *Alteridades*, 1996, vol.6, 11. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711339001>> [consulta: 10 de mayo de 2013]

Por otra parte, la forma como se ha realizado el reparto postal ha querido evidenciar, constatar esta difusa frontera entre lo privado y lo público. El recorrido lo trazo siguiendo las líneas de un imaginario bocallaves superpuesto sobre el plano de la ciudad de Teruel. Con ello, no sólo pretendo dotar al recorrido de un significado simbólico, sino también acercarnos a prácticas artísticas vinculadas a las derivas situacionistas² y a la cartografía. De esta forma, superponiendo sobre el plano oficial un plano alternativo aporto también una cartografía diferente y, con ello, una nueva manera de interpretar el entorno urbano dándole un enfoque crítico, con la intención de incrementar la conciencia pública en relación con lo público y lo privado. En última instancia, a través de la superposición de una nueva cartografía, se trataba de hacer visibles aspectos que tradicionalmente son invisibles y presentar interpretaciones alternativas.

De la misma manera, idéntico carácter simbólico tiene la pieza principal que forma parte de la instalación creada a partir de mi proyecto de intervención en el espacio público. De nuevo vuelve a repetirse el motivo del bocallaves³, esta vez sobre una puerta que pretende representar la frontera de separación entre el ámbito de lo público y el de lo privado. A través del marco accedo, desde fuera, al interior, subvirtiendo así la relación habitual: los de fuera vemos a través de la mirilla la acción realizada en la calle, el ámbito de lo público. Los límites quedan así confusos y desdibujados.

² DEBORD, Guy. "La realización del arte"[en línea]. Literatura Gris, vol I.

Disponible en: <<http://www.sindominio.net/ash/libro1.htm>> [consulta: 10 mayo 2013]

³ MARTIN, Arturo. "Iconografía popular: Las bocallaves". Revista de Folklore, nº 264.

Disponible en: <<http://www.funjdiaz.net/folklore/07ficha.cfm?id=2050>>[consulta: 20 abril 2013]

I PARTE:

1. Contextualización:

Este proyecto se encuentra dentro de la modalidad B en el campo de investigación del máster de educación secundaria obligatoria, bachillerato, formación profesional, y enseñanza de idiomas , en la especialidad de dibujo y artes plásticas en la línea titulada: Cauces para la creatividad plástica, escenográfica y audiovisual. Y precisamente estos son los campos que hemos abordado durante el periodo de investigación. Ya he mencionado en la presentación que, de las partes propuestas la más desarrollada es el cauce de la creatividad Plástica, pero a poco iremos viendo cómo cada uno de los detalles que contiene este proyecto está interrelacionado con todos y cada uno de los cauces propuestos.

2. Objetivos:

El primer objetivo fijado en este proyecto era el de hacer una propuesta que estuviese ligada a las prácticas artísticas desde una perspectiva del espacio.

Realizar un trabajo que tuviese que ver con la educación y consecuentemente con la comunicación.

El espectador de las obras que se ven o se leen tiene que haber adquirido una formación en la que la capacidad de crítica. Elaborar un mensaje que seamos capaces de entender y enseñar. La formación en artes plásticas puede hacer posible la construcción de una buena comunicación

3. Fundamentación teórica

Diálogo, intercambio y comunicación. Arte postal

Busco la recuperación de un medio de diálogo obsoleto como generador de un espacio de debate, herramienta de contacto directo entre las personas en un territorio absorbido por las nuevas tecnologías y la frialdad que generan en torno a las relaciones humanas.

Es algo más que una simple acción a través del correo, es sobre todo comunicación escrita y visual. En este proyecto se desarrollan ambas partes. Por un lado el trabajo visual al cual el espectador de las obras puede no estar acostumbrado y por otra la comunicación escrita, la manera de escribir y el lenguaje utilizado en cada una de las postales realizadas.

Pero la comunicación es la comunicación. Nadie cobra por comunicarse con alguien. Cuando se cobra por hablar con alguien, el diálogo se transforma en una entrevista. Entre el diálogo y la entrevista hay todo un abanico de actitudes mediatizadas por el entorno en los cuales puede existir la comunicación. Es cierto que en el Arte Correo profesional pueda existir la comunicación pero, el dinero, pronto, impondrá sus condicionamientos para hacer que se

convierta en un monólogo, como lo es casi todo el arte actual. Por ello, creo, el Arte Correo, al perder el rasgo que lo hiciera singular, la transformación de la obra de arte de mercancía, sujeta a las reglas del mercado, a producto de comunicación, habrá dejado de ser lo que es.

Mi propuesta surge en torno a una estructura alternativa de expresión y reivindicación, así como de difusión del arte, no en la línea del arte postal considerado “oficial”, que sería más que una red de coleccionismo entre artistas una forma de diálogo entre personas, sino con la idea de sustentar una manera muy sencilla de contacto entre todos aquellos que existen, con el concepto de “circulación” como principio activo de las relaciones humanas.

La creatividad. Concepto

Dentro del campo de la creatividad creemos que una producción de postales con la imagen de la puerta donde vamos a entrar es un nuevo concepto de actuación. Es cierto que no es algo inédito pues la comunicación de masas hace tiempo que rompió con la privacidad de los que formamos esta sociedad. Lo novedoso de este proyecto es que las imágenes que los inquilinos van a recibir son únicas, nadie va a recibir una postal igual que otra, nadie va a recibir el mismo mensaje manuscrito, ¿será este suficiente motivo para no recibir repuestas? Quizás si plantease el proyecto desde otro punto de vista como... ¿Qué pasaría si todos recibieran en mismo mensaje? ¿O la misma foto? Creo que aunque no reciba respuesta de mis “víctimas” habré despertado un sentimiento en ellos, probablemente de rechazo... de incompreensión a la actuación de la obra y al mensaje que lleva. Pero la creatividad no tiene que ser entendida y respondida... la creatividad debe hacer que algo cambie, y la forma de mirar la puerta que esa gente atraviesa cada día no será vista ya de igual modo que hasta ahora.

4. Diferentes visiones de lo público y lo privado

Ser selectivos y críticos es uno de los planteamientos principales. Saber entender las imágenes y estar capacitados para ser selectivos con lo que queremos que se adentre en el espacio que todos habitamos. Dejar que se hagan o no permitir ciertas invasiones de imagen de escritura de concepto espacial.

El proceso general de privatizaciones que exige el sistema de explotación capitalista: liquidación de todo tipo de bienes y servicios públicos, incluido el conocimiento, reducido a mercancía, en beneficio de los propietarios, intermediarios a costa del empobrecimiento general.

ARTE POSTAL:

El canal es parte integrante, y a veces la de mayor peso, puesto que aporta el ruido, la incertidumbre, o la intervención sobre la obra de las distintas fases administrativas por las que transcurre el viaje postal.

“Pero el arte postal es más que un simple intercambio de arte a través del correo, es sobre todo comunicación. Ambos aspectos, arte y comunicación se funden en el envío postal, primando en cada ocasión y dependiendo de cada artista postal, uno sobre el otro, o estableciendo una compensación entre ambas características”.⁴

La visión de lo que es público y lo que es privado varía en cada persona y de cada situación, además deriva en unas consecuencias diferentes cada vez que se nos provocan situaciones a las que hacemos frente con la defensa de nuestro espacio privado o por el contrario compartiendo este mismo espacio. Lo que la luz del sol no toca porque no lo permitimos es en esencia el sentimiento de invasión que pretendemos sustraer de este proyecto. Porque... ¿Qué pasa cuando nos damos cuenta de que algo que no sospechamos que alguien sabe de nosotros queda demostrado que no es así? Nos asusta la idea de que se nos delate y se haga público algo que pretendíamos que fuese privado.

Vivimos un momento social y cultural en que hemos perdido parte de la conciencia de donde está la línea que separa lo público y lo privado. La comunicación de masas ha hecho esto posible. La televisión, la radio, internet... son los medios utilizados para difundir información que crean opinión en la sociedad.

En “La sociedad de espectáculo”⁵ Debord retrata el desarrollo de una sociedad moderna en la que “Todo lo que una vez fue vivido directamente se ha convertido en una mera representación”. Con la argumentación de que la historia de la vida social se puede entender como “la declinación de ser en tener, y de tener en simplemente parecer”. Condición para la que la vida social auténtica se ha sustituido por su imagen representada, según Debord, que “el momento histórico en el cual la mercancía completa su colonización de la vida social”. El espectáculo es la imagen invertida de la sociedad en la que las relaciones entre mercancías han modificado las relaciones entre la gente, en quienes la identificación pasiva con el espectáculo suplanta actividad genuina. “El espectáculo no es una colección de imágenes”, Debord escribe, “en cambio, es una relación social entre la gente que es mediada por imágenes”. Las frases distorsionadas al igual en el movimiento situacionista también forman parte de la obra que estamos llevando a cabo. Los manuscritos en forma de postal que hemos enviado a los propietarios de la línea que separa lo público de lo privado están en relación con este movimiento artístico porque pretendemos que exista una “falta de precisión” en los mensajes. ¿Y para que tanto misterio en estos mensajes que mandamos a personas que no conocemos? Precisamente por eso, no conocemos a los que habitan ese espacio que no podemos ver y

⁴ Arte Postal, Arte Correo, Mail Art

<http://es.wikipedia.org/wiki/Arte_postal>[Consulta: 15 mayo 2013]

⁵ DEBORD Guy. Comentarios sobre la sociedad del espectáculo, Barcelona: Ed. Anagrama, 1990.

además no queremos que nos conozcan, o así es hasta cierto punto, pues yo también invito a que ellos, los que reciben las postales, los que por un momento sostienen nuestra obra en su mano y se preguntan quienes somos los que llamamos de esa manera contesten a nuestra falta de educación al introducirnos sin permiso en sus casas... en sus mentes... en su espacio privado. ¿Cómo quiero sus respuestas? Del mismo modo que yo envío el estímulo, espero las respuestas, a través de un buzón fabricado con una caja en forma de cámara de fotos, pues este es el medio artístico que he utilizado para realizar la obra que acaba en manos de desconocidos.

El buzón está situado en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, edificio de Bellas Artes de Teruel. Los que reciben la postal reciben con ella el lugar donde deben ser depositadas sus respuestas.

Pero estamos hablando también de educación. ¿Cómo podríamos medir el campo de respuesta de los que nos educan? ¿Son ellos capaces de al recibir tal estímulo generar una respuesta? Esto lo vamos a comprobar haciendo partícipes a los profesores que trabajan en la universidad donde estudio. Ellos son capaces de esperar respuestas a los estímulos que envían a sus alumnos... ¿pero son capaces de responder a los que les vamos a enviar? Este trabajo en realidad está diseñado para ser objeto de estudio en tres campos distintos de la sociedad. El primero, el campo docente, donde nos encontramos, donde recibimos cantidades de estímulos con esperanza de respuestas. El segundo campo de estudio, y ahora me repito, son los estudiantes, víctimas de esa cantidad de estímulos. Y, por último, la sociedad, simplemente la sociedad, personas que no sabemos quiénes son, ni saben quiénes somos. Damos un plazo aproximado de respuesta de una semana, tiempo estimado para resolver la respuesta al estímulo planteado

5. Diálogo/ entrevista/ Del hablar cotidiano al conversar profesional

Del dialogo que se provoca diariamente en nuestras vidas al tipo de conversación profesional en el que nos debemos saber desenvolver existen y deben existir diferencias significantes. ¿Cómo deber los mensajes que lanzamos cuando nos encontramos en una situación o en otra? Obviamente este debe estar cargado de un sentido. Como hemos mencionado antes en el punto de la creatividad, concepto. La comunicación debe ser efectiva en todos los momentos en los que nos intentamos comunicar, pero bien sabemos que no es así. El objetivo sería más bien tener un mensaje claro que seamos capaces de repetir y enseñar y que esa intención de que el espectador nos escuche y nos entienda se lleve a cabo. Si siempre mandamos una serie de mensajes de cómo somos, o como pensamos sobre según qué temas, los espectadores de nuestras vidas entenderán que eso es así, si esto lo no hacemos contundentemente no sabrán de nuestras intenciones. El caso es que los emisores de mensajes tanto en una conversación de dialogo como en una conversación profesional muestran algo de verdad en su hablar cotidiano y un poco de mentira en su conversar profesional.

Pensemos en las veces que hemos asistido como oyentes a una presentación, un seminario o a un curso formativo y la importancia que hemos dado al apoyo que hace el emisor a una gran idea y que debe recorrer con un montón de argumentos para mantener su esencia. Toda comunicación precisa de un gran mensaje. Para que este gran mensaje sea aceptado por los oyentes debe ser claro desde distintos puntos vista, desde varias y alejadas perspectivas.

6. Espacio privado, espacio público

Salgo de mi casa y voy andando por la vía pública hasta llegar a la parada del autobús urbano, subo, pero me lo recorro hasta el final y todo se encuentra ocupado. Llego a mi parada, camino, y en la misma zona se encuentra una persona que habitualmente está sentada en el mismo sitio pidiendo para comer, sigo mi trayecto y para ir al bloque donde me esperan tengo que dar la vuelta a la manzana, pues el espacio entre viviendas está franqueado por vallas y puertas cerradas: el acceso es privado. (Ver imágenes 5 y 6)

Todas estas escenas habituales nos hablan de lo público y lo privado, de lo común y lo no común, de lo que existe entre mi espacio, el de los otros y el de todos.

El espacio construido por el ser humano, con la ciudad como principal modelo de la vida comunitaria, es un espacio para ser ocupado, para servir y ser usado, para llenar y vaciar con la presencia real o simbólica, para interactuar con otras personas. En este espacio normalizado, definido a través de reglas y convenciones, unas legalmente estipuladas, otras construidas social o culturalmente, las personas y grupos interpretan y reinterpretan constantemente esa unidad, significándola para cada momento concreto, creando configuraciones contextualizadas persona-entorno, escenarios para el comportamiento y la relación. Ni el ser humano determina unívocamente el entorno en el que se desarrolla, ni el espacio hace lo propio en relación con el comportamiento de las personas. Es la relación persona-entorno la que da sentido a nuestra vida contextualizada en el espacio y la que a su vez define ambas instancias: con nuestros actos transformamos y dotamos de significado al entorno, mientras que éste contribuye de manera decisiva a definir quiénes somos, a ubicarnos no solo ambiental sino personal y socialmente, y a establecer modalidades de relación con nuestro mundo perceptivo, funcional y simbólico.

La vida urbana hace que nos olvidemos de los demás y ante las oportunidades de interacción, tendamos a relacionarnos cada vez más con aquellos que son más semejantes a nosotros y distanciarnos de aquellos que percibimos como diferentes. La distribución de la ciudad en barrios en función de la categoría socioeconómica, locales de ocio de uso restringido a un grupo exclusivo de gente, clubes sociales que agrupan actividades el fenómeno de las tribus urbanas, todos son ejemplos de acotación de espacios o actividades sociales donde lo privado y lo público trata de resolverse de la manera más explícita posible.

La ciudad está configurada por una multitud de espacios y éstos pueden ser analizados en función del nivel de regulación de privacidad que son capaces de gestionar sus habitantes a través de mecanismos espaciales que actúan a modo de sucesivos filtros: el portero automático, la escalera, el rellano, la puerta, la mirilla, el recibidor... uno puede regular de manera efectiva su grado de apertura a los visitantes. El otro extremo de la calle es un espacio público aparentemente abierto a la interacción, pero utilizamos la demarcación de límites espaciales de actividad y control, el territorio. En función del periodo de tiempo que se ocupará el espacio y del significado personal que tenga el entorno, podemos distinguir entre territorios primarios, con alto grado de significación personal y control prolongado en el tiempo y manifestaciones explícitas de defensa, y territorios públicos con control limitado temporalmente y poca capacidad de explicitar control y defensa. Estos se corresponden en gran medida con los espacios privados y públicos.

Las personas son las que dotan de significado al entorno, aportan matices y posibilidades de lo que es espacio público y privado. Por ejemplo, un espacio semipúblico, una portería, un ascensor etc... espacios donde el concepto es más sutil, ciertas zonas de un parque, las mesas de una terraza en un bar etc. Lugares donde hemos aprendido a gestionar lo público para hacerlo más privado, más propio, más personal.

La complejidad social de nuestras ciudades conduce a que numerosos grupos con diferentes motivaciones y necesidades espaciales deban coexistir, convivir y compartir el espacio urbano. Esta diversidad hace de este espacio un entorno altamente dinámico, vivo, plurifuncional.

La estandarización del diseño urbano olvida que el derecho a la ciudad no es tan solo el derecho a usarla, sino el derecho a interpretarla, a identificarnos con ella de manera espontánea, fluida y creativa. Se necesita la recuperación del espacio urbano como espacio vivo, el carácter lúdico de la calle que proclamaba Henri Lefebvre: multiplicidad de usos, multiplicidad de grupos, multiplicidad de significados.

II PARTE:

7. Proceso del trabajo

El trabajo se ha llevado a cabo mediante el reparto de una serie de tarjetas postales. He realizado postales con imágenes que representaban diferentes maneras de abordar los conceptos de lo público y lo privado. En el reverso de las postales escribo textos que pretenden generar un debate en la ciudadanía a propósito de ambos conceptos y animar a aportar opiniones utilizando el mismo medio en el que nos comunicamos, a través del correo postal. Solo momentáneamente somos influidos por las experiencias que nos suceden. La creación de situaciones es la base principal del movimiento situacionista. Quiero creer que este trabajo crea situaciones diferentes a las que vivimos en la vida en la vida cotidiana.⁶

Además del reparto postal y la recogida de las respuestas, el proyecto incluye también una exposición en la que, a través de una puerta (símbolo de la frontera o límite que separa los ámbitos de lo público y lo privado), se proyecta un trabajo pictórico y fotográfico que se ha venido realizando durante este año de trabajo

La finalidad del proyecto ha sido establecer un nuevo territorio de debate y discusión, evidenciando, en la medida de lo posible, la débil frontera que separa lo público de lo privado y revelando que, por una parte, nuestro espacio privado está siendo invadido constantemente por diversas vías y, por otra, que el espacio público va viéndose reducido cada vez más a favor de intereses privados de todo tipo.

⁶ Hacer en lo cotidiano [en línea]. Disponible en: < <http://hacerenlocotidiano.wordpress.com/about/>> [Consulta: 25 marzo 2013]



7.1 Diferentes visiones de lo público y lo privado

Quiero visualizar la progresiva desaparición o deterioro del espacio público en beneficio de intereses privados. El espacio público de la ciudad, que debería ser el lugar por excelencia del intercambio y del encuentro de sus ciudadanos o visitantes, se ve progresiva e implacablemente menoscabado de múltiples formas, alguna de las cuales visibilizo en las postales.

Así, el vehículo privado convierte las ciudades en desiertos de piedras y asfalto, ocupa el espacio y elimina cualquier atisbo natural. Beneficiar el uso del coche supone invadir y alterar el espacio de todos, reducir los tránsitos de las personas, convertir las ciudades en espacios maquinizados e inseguros donde las relaciones interpersonales tienden a desaparecer: las personas caminan y se relacionan, los coches circulan por calles y cruces. Las postales que muestran coches ocupando aceras o calles estrechísimas donde apenas se puede caminar visibilizan estas ideas.

Otra forma de ocupación⁷ del espacio para el interés privado queda visualizada en las postales que presentan las típicas terrazas de bares, cafeterías, etc. Se trata de espacios públicos

⁷ DEBORD, Guy. "Introducción a una crítica de la geografía urbana". Les levres nues, 6, (septiembre 1955). Disponible en: <<http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/debord3.pdf>> [consulta: 11 marzo de 2013]

ocupados para el beneficio privado, lugares de encuentro asociados al consumo, en los cuales solo podemos estar si pagamos. Aunque, evidentemente, se trata de lugares de encuentro e interrelación con los demás, en realidad estos negocios están ocupando un espacio público que debería ser de todos, libre y, por supuesto, gratuito, que de hecho podría ser utilizado para cualquier otro fin con un verdadero interés público, social, comunitario, frente al exclusivo beneficio privado de estas ocupaciones del espacio.

La misma idea trata de representar las postales en las que se muestran aparatos de aire acondicionado. Aunque pueda resultar menos evidente, se trata de un nuevo ejemplo de deterioro del espacio público para el exclusivo beneficio privado. En todo caso, el título de las postales sirve para anclar el significado. (Ver imágenes 1, 3, 5,6 y 11)

Consecuencia de este progresivo proceso de deterioro y desaparición del espacio público es el vaciamiento de nuestras calles, que se convierten así en lugares potencialmente peligrosos. Surge entonces la obsesión por la vigilancia, por la seguridad, por vivir en urbanizaciones privadas en las que nos sentimos protegidos y donde poder aislarnos del peligro exterior; creamos fronteras con las que segregamos al otro y con las que elevamos la desconfianza hacia los demás, la percepción del otro (y de la pobreza, por supuesto) se distorsiona y pasa a concebirse como algo potencialmente peligroso

Pero, realmente, ¿dónde radica ese peligro?, ¿en el espacio público compartido o en el aislado, privatizado? Cuando los espacios públicos son sentidos como lugares verdaderamente públicos, realmente compartidos y sentidos por la comunidad como propios, los problemas de inseguridad tienden a desaparecer, porque es la propia comunidad quien, de forma natural, dota de seguridad a los lugares. Precisamente, el proceso de individualización que cada vez resulta más acentuado supone una clara dejación y abandono de estas responsabilidades colectivas: se cede a la policía o a la seguridad privada algo de debería derivarse de los usos compartidos.

En definitiva, mientras los usos asociados a lo público se eliminan progresivamente de nuestras calles y son regulados por unas ordenanzas en la que casi todo queda prohibido, los intereses privados se apropian del espacio público, favorecidos en este caso por una legislación que privilegia el interés privado por encima del bien público.



Título: "Espacio público = beneficio privado".

Texto:

"El vehículo privado se impone sobre los peatones eliminando el desarrollo de actividades propias de lugares como calles, plazas, parques, simplemente porque en estas condiciones no resultan accesibles".

Título: "Frio privado = calor público".

Texto:

"El interés privado se impone continuamente sobre el bien público".

Imagen 1

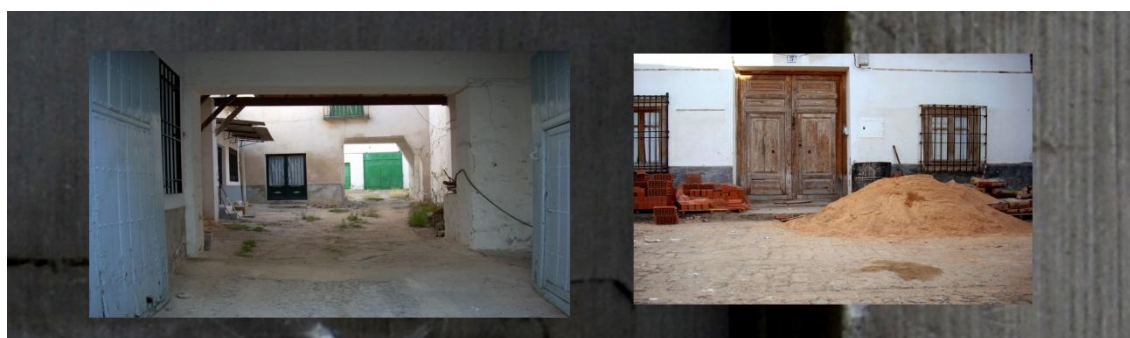


Imagen 2



Imagen 3

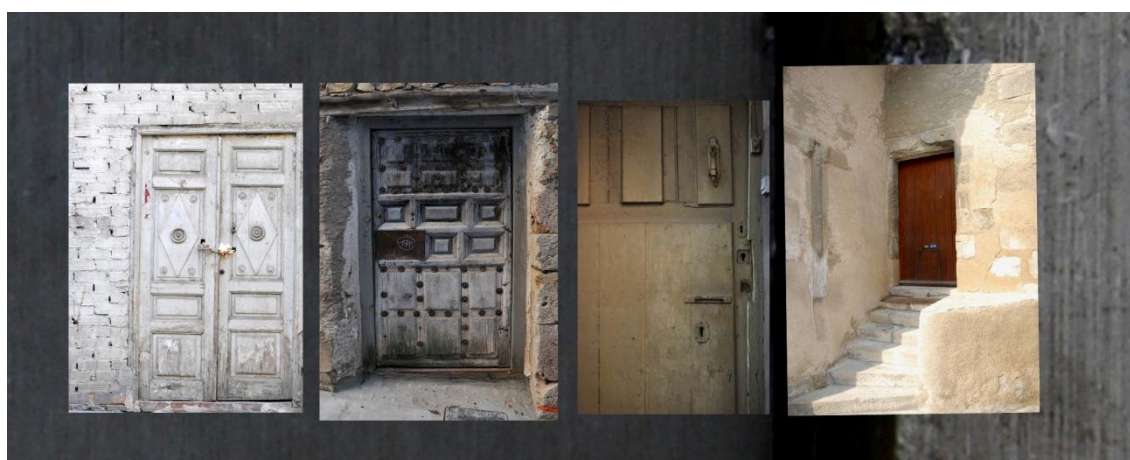


Imagen 4



Imagen 5

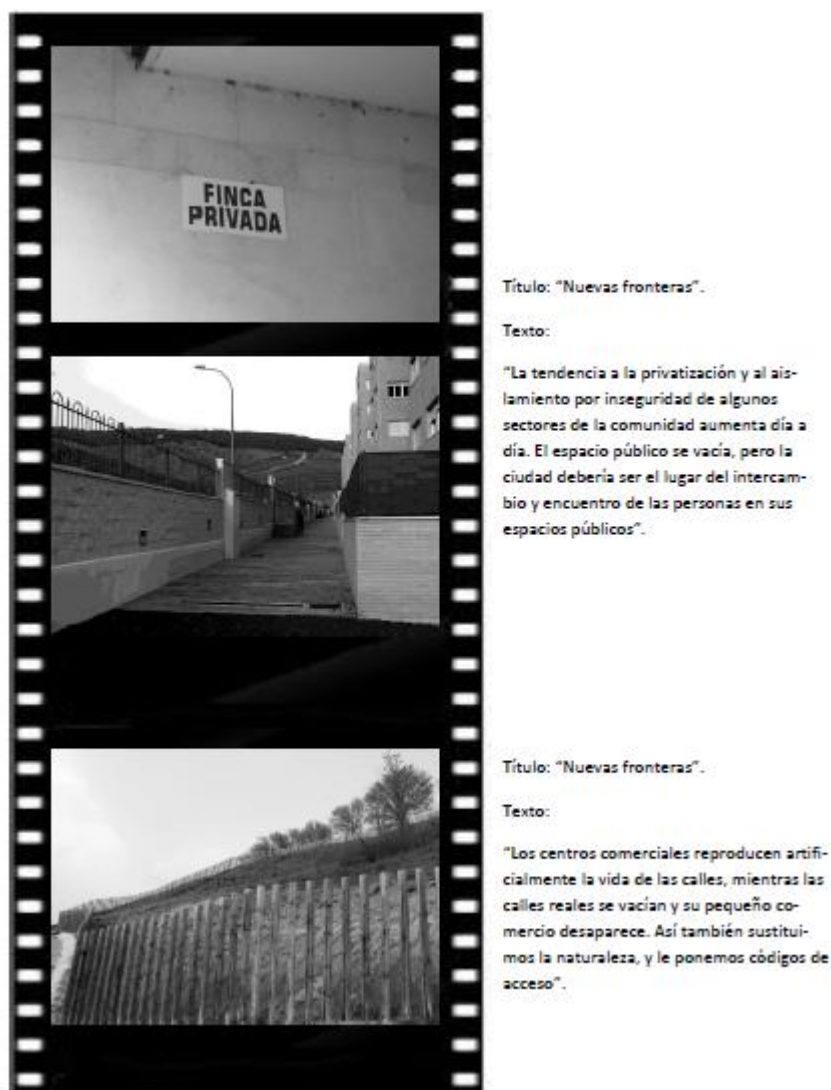


Imagen 6

7.2 la necesidad de impactar:

Me había quedado clara la necesidad de impactar, de destacar. Había descubierto como lo hacían los faros, pero me preguntaba cómo podíamos hacerlo nosotros.⁸

Debemos hacer hincapié ahora en el recorrido que va a formar parte por las claves de la comunicación. El paseo que daremos por la ciudad de Teruel será importante para construir metáforas elaboradas y conseguir contar más cosas, pues el hecho de luchar contra otros

⁸ RAMÓN-CORTÉS, Ferrán. La isla de los 5 faros. Ed. Planeta. 2012

mensajes debe dar resultado. Los relatos contados deben suponer una información para el lector en este caso, de información incompleta. Ya hemos hablado de la creación de situaciones, las mentes que reciben estímulos deben intentar completar la información que les ofrecemos.

La imagen trazada en nuestro recorrido hará la forma de un ojo. La mirada está siempre presente en este proyecto, desde el propio buzón donde espero recibir las respuestas, que se trata de una caja con forma de cámara de fotos, hasta el paseo recorrido y por supuesto en la atención que debemos prestar para observar, para mirar para entender el entorno que estamos pisando. No obviar la belleza de los espacios que nos rodean, pensar que esos espacios están llenos de historias, personas que transitan diariamente, o momentáneamente por los lugares donde ahora nos paramos un momento, hacemos un encuadre mental, estudiamos la iluminación adecuada, decimos donde vamos a poner los límites y disparamos la cámara de fotos que nos permitirá estudiar la imagen, que, probablemente nos cuente que pasa en ese espacio que nos separa de la intimidad de algunas personas, pero también nos revelará información de qué cosas pueden estar ocurriendo detrás de esa línea divisoria.

Este proyecto consta además de un diseño para la identificación del mismo. Se trata de dos circunferencias que contiene dos palabras: público y privado. Las dos palabras poseen el mismo número de letras, esto me ha ayudado a la elaboración este logotipo único que desemboca en un sello de identidad. Además estas dos palabras comparten principio y final, me refiero sin duda a la “p” de público y privado y al final de ambas palabras... la “o” sin embargo significan exactamente lo contrario. Conviven en un espacio bien construido y sabemos hasta donde llega cada palabra, cada significado... el diseño de este logotipo se va a poner de manifiesto en cada postal, pues ya he señalado que es el sello realizado en caucho que nos va a identificar durante todo el proceso, este mismo diseño lo vamos a encontrar en la “cámara-buzón” que he construido para que se haga una identificación inmediata, además he escogido el círculo como forma esencial de la observación. La mirada, la cámara de fotos, el ojo que mira y nos pide parar para entender mejor qué cosas pasan a nuestro alrededor, en fin un “círculo” cargado de connotaciones (Ver imagen 7)



Imagen 7

1.1 Público y privado: presencia y ausencia, ¿comunicación?

Nuestro planeta es un lugar que desborda vida y acción a cada paso.

Pero parece estar vacío, o al menos así lo creo yo.

Ya no solo en cuestiones como las que pretendo abordar en las piezas que he creado para este proyecto, suprimiendo del globo terráqueo el tercer mundo, sino eliminándolo como metáfora de la desaparición del contacto humano, de la comunicación. Me he visto obligada a desbordar los límites de la esfera terráquea para buscar nuevas opciones cartográficas para entender el mundo en el que vivo.

El hueco, rompo la carcasa externa que nos envuelve de superficialidad para llegar al fondo, trato de llegar a lo público, a la interacción, a la comunicación, a través de lo privado, de mi privacidad, para ponerla en discurso con la de los demás.

Defiendo la intimidad, pero condeno la privacidad, dos conceptos diferentes, pues el primero me evoca a un estadio personal más cercano al ensimismamiento y el segundo más a la propiedad y el recelo.

Hemos dejado de hablarnos mirándonos a los ojos y hemos perdido el contacto físico, y el tacto se ha convertido en un sentido obsoleto.

Detrás de la esfera pública, tan privada y vigilada, propongo la libertad en un nuevo espacio, un mapa por escribir, que es el que se proyecta en las postales, que abre la frontera y traspasa las cerraduras y las mirillas, que no son más que herramientas que nos “protegen del resto de personas”.⁹

Y aunque no puedo ver a aquellos a los que llegue esta acción, ellos podrán ver en mi caligrafía más de mí que en este escrito, ya que los pequeños accidentes que surgen de la naturalidad y la manufactura, crean imperfecciones que son las que hacen hermosas a las personas, porque indirectamente desvelan nuestra necesidad innata de expresarnos, aunque no sea intencionadamente, con lo que ya articulamos un lenguaje no verbal que, paradójicamente, es el fundamento de la comunicación que me interesa.

⁹ ROLLA, Stefano, “Expedientes históricos: Análisis posmoderno de la ciudad. Collage City/ Ciudad Análoga”. Disponible en: <<http://es.scribd.com/doc/89252623/Expedientes-historicos-Analisis-Posmoderno-de-la-ciudad-Collage-City-Ciudad-Analoga>> [Consulta 28 abril 2013]



Texto:

"...Me reconozco interesado en y partidario de la experimentación de cierto tipo de prácticas artísticas que podríamos llamar comunistas, con perdón, o, si se quiere, comunalistas o comunitaristas, o sociales, o públicas, en el sentido de distinguirse por su vocación, entre otras cosas, por hacer sociedad -esto es, el territorio del debate, del diálogo, el disenso, del conflicto también; trabajos que no son sino una relectura de citas, visuales y verbales, extraídas de textos preexistentes y que, a su vez, pasan a formar parte de narraciones más amplias, que las incluyen y que las desbordan. Y me acuso de ver en estos desbordamientos, ejemplos de otros modos de hacer, relacionados con otras maneras de hacer polis, en el sentido de desarrollar un tipo radical de democracia..."

(Rogelio López Cuenca)

Imagen 8



Imagen 9



Imagen 10



Texto:

"Nuestro espacio privado es invadido constantemente a través de Internet, la televisión, la radio, el correo...

Yo también quiero invadir tu privacidad con una postal. Que la disfrutes".

Imagen 11

8 Proyecto Docente:

8.1 Docencia y creatividad

Como docentes debemos tener en cuenta que los mensajes que enviamos a nuestros oyentes deben tener una clara columna vertebral, una serie de argumentos que defiendan las ideas que exponemos y muchas ideas que hagan girar alrededor de lo que intentamos exponer. No estoy diciendo que no seamos flexibles si surgen otros campos por donde pueden llevarnos los temas que expondremos, pero sí que las ideas han de ser claras y con un objetivo de enseñar algo. En cuanto a la creatividad pasa lo mismo. La creatividad se enseña y debería ser comprendida. La sociedad avanza y los docentes deben enseñar a mirar, a entender el espacio, que no pase desapercibido por una serie de acomodaciones a las que hacemos uso cuando no somos capaces de entender el entorno por una mera cuestión de vagancia, una acomodación y acostumbramiento de la mirada a lo que hay... (Ver imágenes 9, 10,11)

8.2 Opinar para comunicar

La formación en las artes plásticas y visuales es fundamental para la posible construcción de una buena comunicación. La creación de opiniones críticas y fundamentadas es hoy en día, y siempre, necesaria para toda la ciudadanía. Los artistas con frecuencia buscamos una íntima comunicación con los espectadores de nuestras obras. A veces llega el mensaje y otras no, unas veces porque no queremos que llegue y otras porque simplemente no hemos conseguido transmitir lo que pretendíamos y otras porque no creamos ese mensaje del que venimos hablando en todas estas páginas. La opinión propia y personal es esencial para que la educación sea buena. Que las personas a las que educamos no sean iguales y no tengan las mismas opiniones sobre lo que el resto de la gente opina y comenta es todo un logro. Debemos ser consecuentes con lo que queremos “crear”. No quiero pensar que la educación de esta rama es conformista con las personas que se están formando. Dependiendo de cómo seamos capaces de comunicarnos a través de las opiniones que no crean otras personas por nosotros, sino que son nuestras a pesar de la gran influencia que hay de la comunicación de masas, así se irá construyendo una nueva forma de educación en la que estamos todos implicados.

8.3 Experiencia; memoria; observación; convenciones y posibilidades narrativas:

Teniendo claro todo lo anterior damos paso ahora a la manera de ejecución de estas ideas principales. Considerando que la educación debe estar basada en la experiencia personal de cada individuo deberíamos ser capaces de valorar la capacidad de observación desarrollada, la capacidad de memoria y todas las posibilidades narrativas a las que nos puede llevar todo este

largo proceso. La capacidad de generar una opinión, un discurso narrativo con carácter personal y suficientemente elaborado para hacer frente a una serie de críticas y objeciones a las que somos expuestos constantemente es muy importante en la educación.

8.4 Elaboración de un discurso Figurar. Lenguaje y figuración¹⁰

Donde acaba el sentido acaba la capacidad de pensar; no se puede pensar lo que no tiene sentido o lo que no está lingüísticamente conformado. Si se trata de situar el límite en el borde del pensamiento, nosotros tenemos que ser capaces de pensar desde los dos lados de este límite. La capacidad que hemos desarrollado para comunicarnos es denominada lenguaje. Es necesario tener los conocimientos básicos sobre esto. Si el lenguaje no se usa correctamente ni la elaboración de un buen discurso ni las ideas propias serán suficientes para conseguir el éxito.

8.5 Objetivos:

1. Observar, percibir, comprender e interpretar de forma crítica las imágenes del entorno natural y cultural, siendo sensible a sus cualidades plásticas, estéticas y funcionales.
2. Apreciar los valores culturales y estéticos, identificando, interpretando y valorando sus contenidos: entenderlos como parte de la diversidad cultural, contribuyendo a su respeto, conservación y mejora.
3. Comprender las relaciones del lenguaje plástico y visual con otros lenguajes y elegir la fórmula expresiva más adecuada en función de las necesidades de la comunicación.
4. Expresarse con creatividad, mediante las herramientas del lenguaje plástico y visual y saber relacionarlas con otros ámbitos de conocimiento.
5. Utilizar el lenguaje plástico para representar emociones y sentimientos, vivencias e ideas, contribuyendo a la comunicación, reflexión crítica y respeto entre las personas.
6. Utilizar las diversas técnicas plásticas y visuales y las Tecnológicas de la Información y la comunicación para aplicarlas en las propias creaciones.
7. Representar cuerpos y espacios simples mediante el uso de la perspectiva, las proporciones y la representación de las cualidades de las superficies y el detalle de manera que sean eficaces para la comunicación.

¹⁰ WITTGENSTEIN, Ludwid. "Teoría Figurativa o Pictórica del Significado". Disponible en: <<http://www.e-torredabel.com/Historia-de-la-filosofia/Filosofiacontemporanea/Wittgenstein/Wittgenstein-TeoriaFigurativaSignificado.htm>>. [Consulta: 25 mayo 2013]

8. Planificar y reflexionar, de forma individual y cooperativamente, sobre el proceso de realización de un objeto partiendo de unos objetivos prefijados y revisar y valorar, al final de cada fase, el estado de su consecución.
9. Relacionarse con otras personas participando en actividades de grupo con flexibilidad y responsabilidad, favoreciendo el diálogo, la colaboración y la comunicación.

8.6 Contenidos:

Los contenidos mínimos que establece la Comunidad de Aragón, de acuerdo con la orden de 9 de Mayo de 2007, para los cursos de 1º E.S.O y 2º E.S.O organizados en bloques de contenido, de forma que un mismo bloque se repita en varios niveles para su coherencia y comprensión, son los siguientes:

Bloque 1. Observación.

La percepción visual. Análisis de los aspectos visuales y plásticos del entorno.

El lenguaje y la comunicación visual. Definición o concepto del lenguaje visual.

Lectura de imágenes. Estructura formal.

Bloque 2. Experimentación y descubrimiento.

Experimentación y descubrimiento de los elementos configurativos de los lenguajes visuales.

Experimentación y descubrimiento de las formas planas.

Experimentación y descubrimiento del espacio y el volumen

Bloque 3. Entorno audiovisual y multimedia

Identificación del lenguaje visual y plástico en prensa, publicidad y televisión.

Actitud crítica ante las necesidades de consumo creadas por la publicidad y rechazo de los elementos de la misma que suponen discriminación sexual, social o racial.

Reconocimiento y valoración del papel de la imagen en nuestro tiempo.

Bloque 4. Expresión y creación.

Procedimientos y técnicas utilizadas en los lenguajes visuales.

Factores concurrentes en los distintos campos de la expresión visual: personales, sociales, anecdóticos, simbólicos, etc.

Procesos comunes a la creación artística.

Bloque 5. Lectura y valoración de los referentes artísticos

Determinación de los valores plásticos y estéticos que destacan en una obra determinada

Aceptación y respeto hacia las obras de los demás.

8.7 Temporalización

En este caso, el tercer trimestre es el que nos compete para el bloque de contenidos al que nos venimos refiriendo.

La forma, la imagen digital la composición y la fotografía son las unidades didácticas en las que estamos haciendo hincapié y esta es la forma en la que hemos dividido las sesiones para un exitoso cumplimiento de los objetivos anteriormente marcados.

TRIMESTRE	BLOQUE TEMÁTICO	UD	UNIDAD DIDÁCTICA	SESIONES
1º	Mundo de las imágenes y los elementos visuales	1	El lenguaje visual	8
		2	El punto	6
		3	La línea	6
		4	Color	12
		5	Textura	6
2º	Dibujo técnico	6	Dibujo técnico	10
		7	Figuras geométricas	12
		8	Representación del volumen	12
3º	Expresión, creación e Imagen.	9	Forma	8
		10	Imagen digital	8
		11	Composición	6
		12	Fotografía	12

III PARTE:

9. Proyecto expositivo:

Las puertas son el tema central de este trabajo para el proyecto que hemos desarrollado en la modalidad B del Máster en Profesorado de Enseñanza Secundaria Obligatoria, Bachiller, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas y Artes Plásticas y Diseño, de Educación de la Universidad de Zaragoza. El tema para este trabajo es la invasión del espacio privado a través de imágenes realizadas desde el espacio público.

Creemos que la invasión del espacio privado es inevitable hoy en día. Nos bombardean con cientos de informaciones, con publicidad, con temas de debate y de crítica social... Hay un sinnúmero de información que recibe nuestro cerebro al cabo del día. Pero, ¿cuánto de todo ello cala profundo? Muy poco en realidad. Por eso, nos disponemos a ocupar ese poco tiempo por un día en las mentes de unos pocos que han recibido mi trabajo.

Las puertas forman parte de nuestra vida, unas veces las abrimos sin darnos cuenta y otras veces permanecen cerradas, bien porque no llamamos o bien porque no nos abren. Digamos que el concepto “puerta” nos protege de eso que llamamos espacio público. No estamos a salvo de la invasión de nuestro espacio privado en ningún lugar, pero una puerta significa que ahí, justo en esa línea que separa un espacio público de uno privado, no podemos acceder a no ser que tengamos autorización de la persona que habita ese lugar. Desconocemos lo que pasa detrás de las puertas, pero podemos hacer que en un momento del día el trabajo realizado, sin entrar físicamente en ningún lugar, esté siendo el tema de conversación del salón de esas casas donde “entramos”.

9.1. Trabajo artístico:

Como bien se ha podido percibir en el discurso de este trabajo me siento más que otra cosa artista y como tal enfoco el trabajo. Con la oportunidad que se me ha brindado de hacer un trabajo además de intensa investigación completamos el proyecto con una breve proyección de la obra que ha sido generada durante este periodo.

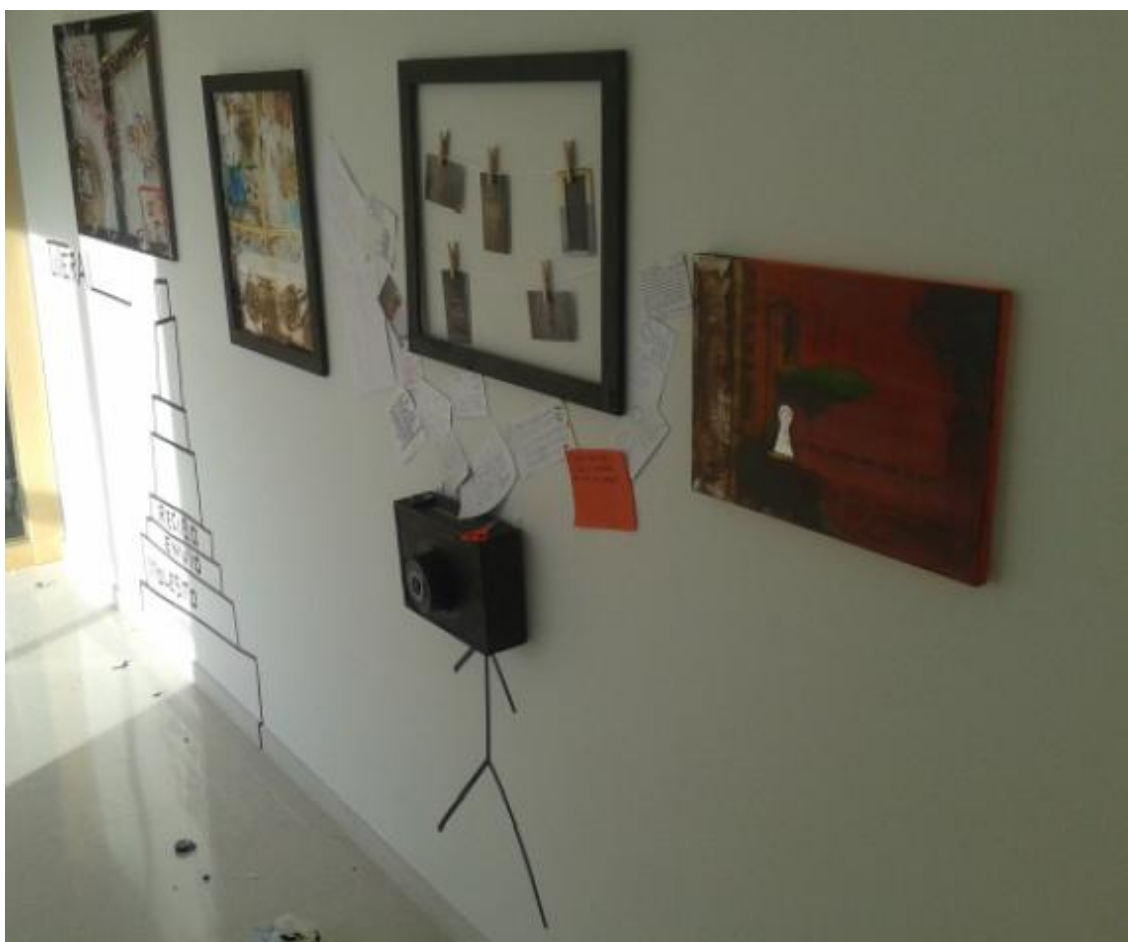


Imagen 12

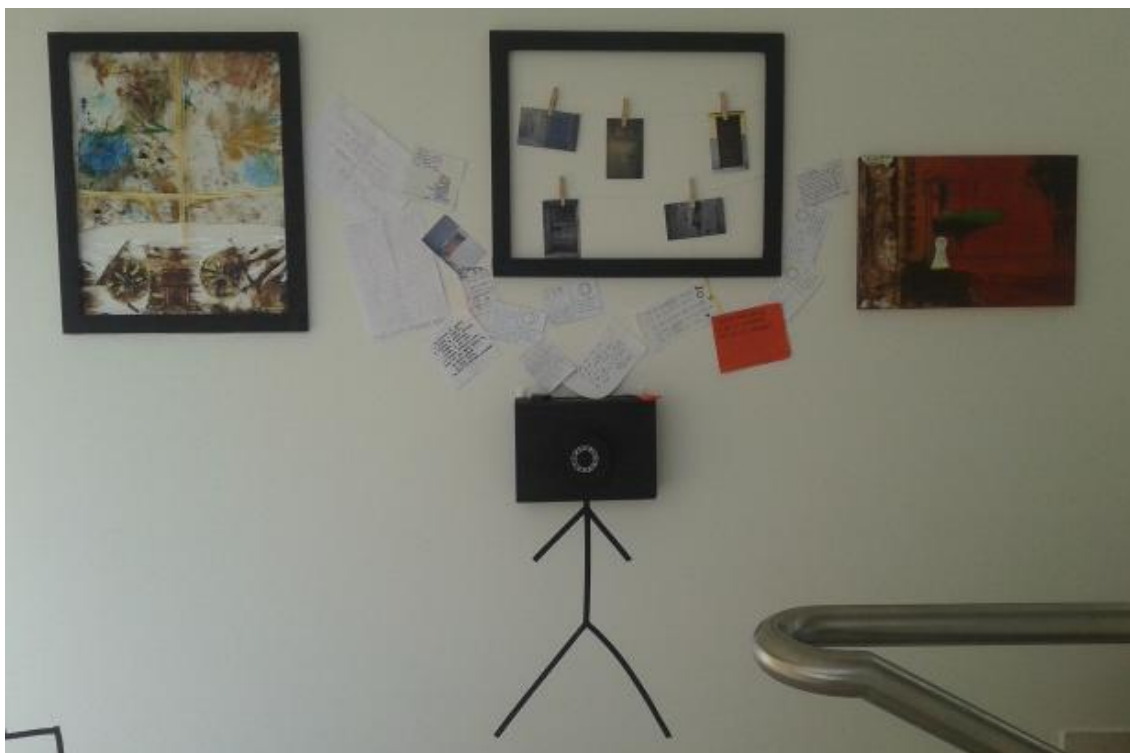


Imagen 13

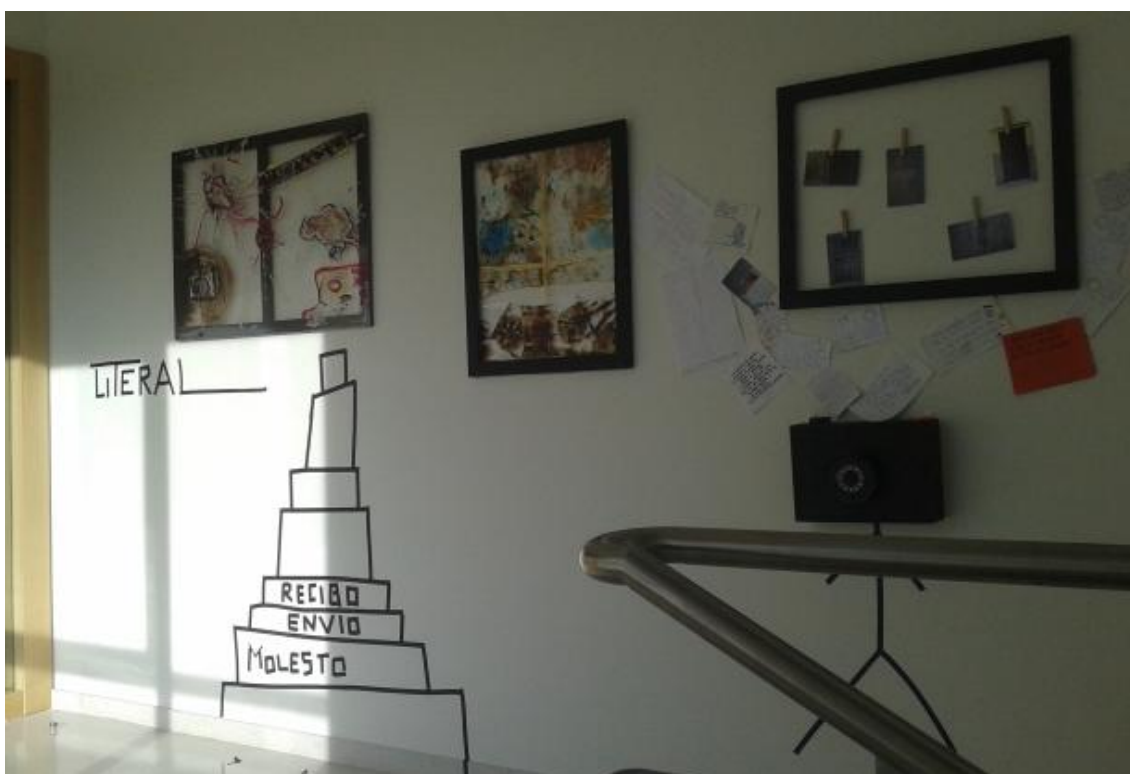


Imagen 14

9.2 Imagen para un proyecto, cartel de la exposición y diseño de un logotipo:

El trabajo de gestionar una exposición ha hecho que se desarrollen ideas sobre la realización de un cartel y diseño de un logotipo. En un proyecto expositivo debemos tener en cuenta cada detalle que va a dar imagen al trabajo. La idea de realizar el cartel que ha dado imagen al proyecto surgió de la necesidad de generar un producto que se cohesionara con la investigación. Vemos un llamador o timbre que nos acerca a la persona con que vamos a entablar una comunicación y una interacción. El mensaje que queremos dar debe ser claro, y de igual manera tenía que ser el cartel. Este llamador, además, está diseñando con la tipografía más utilizada en este sector. Cobra importancia cada detalle del mismo al igual que el diseño del logotipo presentado. Público y privado que ya he explicado que contienen el mismo número de letras y además comparten la letra del principio y del final. Como se puede observa está cuidado hasta el más mínimo detalle pues es esto lo que en definitiva queremos enseñar. El cuidado de nuestro trabajo debe ser espejo de una sociedad educada en el género artístico y así debemos mostrarlo. (Ver imágenes 15 y 16)

CARTEL:



Imagen 15

LOGOTIPO:



Imagen 16

10 Glosario

¿Qué es el Arte Postal?

Es una materia compleja de definir el término "arte postal"¹¹, ya que es utilizado con más de un significado. Hace referencia a una forma multilateral de arte. Es necesario conocer el significado de la "estructura" del arte postal para entender posteriores significados. La estructura del arte postal

Incluye una nueva circulación del arte. Es en cierto modo una red internacional de cientos de artistas. Estos artistas a los que nos referimos no distribuyen su obra a través de las galerías oficiales, sino por correo. La estructura del arte postal está basada principalmente en el servicio internacional de correos. El arte postal no depende siempre del servicio postal (uno puede enviar su correo vía palomas mensajeras), pero el fuerte sistema administrativo postal con sus acuerdos internacionales (unión postal mundial) es por sin duda el servicio más capacitado para llegar a los lugares administrativos más lejanos del mundo. Hay muchas y distintas razones para que este sistema alternativo empezara a circular: el descontento con la política del arte y con las galerías "importantes", la necesidad de ampliar la función artística del creador, realizar proyectos internacionales; publicaciones y exposiciones sin jurado...

El total es mucho más que sus diferentes partes: la red de arte postal no existe, hay diferentes circuitos.

Cada lista de contactos (mailings) comprende un circuito. Cuando alguien habla sobre la red de arte postal, está hablando sobre todo de esta cantidad de circuitos juntos. El circuito más solitario es de uno mismo: alguien que se envía su propia correspondencia de arte postal.

El término "Arte Postal" y relación con la estructura alternativa.

El arte enviado por correo es sin duda arte postal. Pero no necesariamente Arte Postal. Cuando la libertad es un principio básico, no son fáciles determinar los límites. Es por eso que no tiene sentido dar estándares estrictos para juzgar si algo es verdadero o falso en arte postal. El que un trabajo o proyecto como este pueda ser clasificado como "Arte Postal" no solamente depende de sus cualidades estéticas, también de las intenciones informativas, comunicativas y culturales incluidas en el hecho del envío en sí mismo.

Se podría dudar, por ejemplo, si la gente que utiliza la red para enviar su publicidad, consideran su trabajo enviado por correo como arte postal. Claro que el propósito dado a un

¹¹ <http://www.sitographics.com/conceptos/temas/estilos/artepostal.html> [Consulta 26 marzo 2013]

trabajo no siempre es obvio. La falta de definición exacta del arte postal oprime y potencia esta situación ambigua: tanto su fuerza como su debilidad. Su fuerza por la enorme libertad, solamente limitada por el medio "correo" o "envío" (en el más amplio sentido de la palabra). Su debilidad por la imposibilidad de identificar ciertas obras como arte postal.

Definición

¿Qué es el arte postal? No querría dar una definición "absoluta" del término "arte postal", para dar una oportunidad a que el mismo se desarrolle. No obstante, una definición administrativa del arte postal es algo como: el arte postal es un casamiento entre objetos, postales, sellos, libros de artista, revistas, catálogos, poesía, literatura, audio y video, librerías, archivos, listas y mailings, invitaciones, definiciones e informes, conferencias y encuentros, historia y filosofía, performances, posters, grafitis, proyectos, temas, listas de participantes, shows, fechas límite, artistas postales... y la red postal.

11 Conclusión

A pesar de haber estado mencionado anteriormente, creo que es útil repetir que el arte postal no puede estar limitado por el servicio oficial de correos. Es por eso que la frase de Marshall McLuhan "el medio es el mensaje"¹², podría ser mal interpretada. Cartas en botellas, ligadas a globos de aire o naves espaciales destinadas a otros planetas, escritura en el aire con humo de color de aviones, transmisiones de mensajes entre tribus por medio de señales de humo, golpes de tambor, telegrafía a la selva, etc... Todos son diferentes clases de correspondencia utilizada de forma específica. El uso específico de arte de estos medios es, presumiblemente, definido por la forma en que son aplicados. Esto es lo que da al arte postal su propio carácter.

También es típico del arte postal, su forma fácil de cruzar fronteras sin demasiada dificultad, si las reglas postales oficiales son respetadas y la carta o paquete no parecen peligrosos. Así, la crítica es importada o exportada, por dictatorial que sea el sistema social del país. De esta manera, la crítica social puede generarse y desarrollarse a través del arte postal. Incluso, se puede empezar un dialogo entre los seguidores de puntos de vista políticos extremistas o no...

El arte postal no es ideológicamente rojo, azul o negro. Es un intercambio internacional de arte, ideas y amistad, un instrumento humano de comunicación.

Pero no tiene sentido romantizar el movimiento del arte postal; la respuesta obtenida de unos y otros es proporcional a la energía y el tiempo empleados en los propios envíos. Finalmente, para mantener una salida base en el tráfico honesto de ideas y proyectos, es muy importante excluir a cualquiera que quiera explotar el sistema de arte postal. Así, el movimiento podrá seguir años y años. Keep on Mailin!

¹²https://es.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan#El_medio_es_el_mensaje. [Consulta 27 abril 2013]

12 Anexos

Antecedentes y Referentes:

- Aristóteles (poética)
- PRAXIS (imitación de actos del mundo)
- LOGOS (argumento) tener un trabajo argumentado es fundamental antes de adentrarnos en un proyecto
- MITHOS (trama) hacer un estudio de evolución de los proyectos
- Formalistas rusos (Teoría del cuento y la novela) saber cómo empieza un trabajo y como termina.
- FÁBULA(Historia básica, suma de sucesos de la narración que nos comunican qué ha sucedido) necesario el conocimiento de las fabulas que nos narran historias y sucesos
- TRAMA(Modo o manera de enlazar y presentar los sucesos) la manera en que vamos a presentar un trabajo de necesaria reflexión,
- Estructuralismo (Teoría de la literatura)
- Historia (Contenido. Sucesos, escenario) QUÉ
- Discurso (Expresión. Medios para expresar contenido) CÓMO
- Lo importante: La función que deban desempeñar.

Bibliografía-Webgrafía

-Arendt, Hannah, “La esfera pública y la privada”, en La condición humana, Paidós, 1993.

-García Canclini, Néstor. “Público-privado. La ciudad desdibujada” [en línea]. Alteridades, 1996, vol.6, 11.

Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711339001>> [consulta: 10 de mayo de 2013]

-Debord, Guy.” La realización del arte” [en línea]. Literatura Gris, vol I.

Disponible en: <<http://www.sindominio.net/ash/libro1.htm>> [consulta: 10 mayo 2013]

-Martín, Arturo. “Iconografía popular: Las bocallaves”. Revista de Folklore, nº 264.

Disponible en: <<http://www.funjdiaz.net/folklore/07ficha.cfm?id=2050>>[consulta: 20 abril 2013] Arte Postal, Arte Correo, Mail Art

<http://es.wikipedia.org/wiki/Arte_postal> [Consulta: 15 mayo 2013]

-Debord Guy. Comentarios sobre la sociedad del espectáculo, Barcelona: Ed. Anagrama, 1990.

-Hacer en lo cotidiano [en línea]. Disponible en: <

<http://hacerenlocotidiano.wordpress.com/about/>> [Consulta: 25 marzo 2013]

DEBORD, Guy. “Introducción a una crítica de la geografía urbana”. Les levres nues, 6, (septiembre 1955). Disponible en: <<http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/debord3.pdf>> [consulta: 11 marzo de 2013]

-Ramón-Cortés, Ferrán. La isla de los 5 faros. Ed. Planeta. 2012

-Rolla, Stefano, “Expedientes históricos:Análisis posmoderno de la ciudad. Collage City/Ciudad Análoga”. Disponible en: <<http://es.scribd.com/doc/89252623/Expedientes-histicos-Analisis-Posmoderno-de-la-ciudad-Collage-City-Ciudad-Analoga>> [Consulta 28 abril 2013]

-Portiansky, Silvia, “El espacio público”. [En línea]

<http://www.laplataproyectos.com/notas/silvia%20portiansky/el%20espacio%20publico/primera%20parte.htm>, [consulta 12 de Abril de 2013]

-Wittgenstein, Ludwid. “Teoría Figurativa o Pictórica del Significado”.

Disponible en: <<http://www.e-torredebabel.com/Historia-de-la-filosofia/Filosofiacontemporanea/Wittgenstein/Wittgenstein-TeoriaFigurativaSignificado.htm>>. [Consulta: 25 mayo 2013]

-<http://www.sitographics.com/conceptos/temas/estilos/artepostal.html> [Consulta 26 marzo 2013]

-https://es.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan#El_medio_es_el_mensaje. [Consulta 27 abril 2013]

Marco legislativo

El presente proyecto se desarrolla de acuerdo a los planteamientos de la siguiente normativa:

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

- RD 1631/2006, de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria.

- RD 83/1996 de enero de Reglamento Orgánico de los Institutos de Enseñanza Secundaria.

- Orden de 9 mayo de 2007, del departamento de Educación, Cultura y Deporte, por la que se aprueba el currículo de la ESO y se autoriza su aplicación en los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Aragón.