

**Arte para conocer y cambiar el mundo.
Propuesta educativa desde una perspectiva
sociológica**

**Art for understanding and changing the
world. An educational proposal from a
sociological perspective**

CLARA MEGÍAS MARTÍNEZ

Universidad Complutense de Madrid

claramegias@hotmail.com

Recibido: 2 noviembre de 2006

Aprobado: 13 de noviembre de 2006

RESUMEN:

La expansión de Internet y los medios de comunicación de masas en Occidente ha provocado un cambio drástico en la manera de comunicarnos. El lenguaje visual está ganando terreno al lenguaje escrito. Empresarios y publicistas se benefician del poder de las imágenes para transmitir mensajes, bombardeándonos continuamente con todo tipo de productos visuales y contribuyendo a la creación de un receptor pasivo y manejable.

Vivimos un momento histórico caracterizado por el individualismo y la falta de ideales. Pero, en contraste con el desarrollo del mundo multimedia, miles de usuarios crean sus propios espacios de opinión. El receptor también demanda un papel activo en el proceso comunicativo y cada vez existen más colectivos artísticos y de ciudadanía creativa que nos enseñan lo que se puede conseguir mediante la participación y el compromiso.

En este artículo analizaremos la necesidad de un tipo de acción educativa en la que se reivindique un uso crítico y reflexivo del lenguaje visual. Desde la educación artística se pueden proponer actividades creativas que nos ayuden a conocer el mundo que nos rodea e intentar cambiar lo que no nos gusta de él.

PALABRAS-CLAVE: Sociedad, Medios de Comunicación, Educación Artística, participación, arte sociológico, compromiso, cartelismo

Megías, C. 2007: Arte para conocer y cambiar el mundo. Propuesta educativa desde una perspectiva sociológica, *Arte, Individuo y Sociedad*, 19: 81-94

ABSTRACT

Nowadays, Internet and mass media development have caused a radical change in communication in Western World. Written language is giving way to visual language. Businessmen and publicists profit of the power of images to transmit messages, bombing us with all kinds of visual products and contributing to the creation of a passive and manageable receiver.

We are living in a period of history characterized by individualism and no ideals. But, in contrast, with the development of the multimedia world, many users create their own personal spaces to express their opinions. Receivers also demand an active role in the process of communication. Creative citizenship and new artistic groups show us what we can achieve with commitment and participation.

In this article we will analyse the necessity of a kind of educative action that demands a critical and reflective use of visual language. From artistic education we can propose creative activities that help us understand the world and change what we do not like from it.

KEY WORDS: Society, mass media, Artistic Education, participation, sociological art, commitment, poster design.

Megias, C. 2007: Art for understanding and changing the world. An educational proposal from a sociological perspective, *Arte, Individuo y Sociedad*, 19: 81-94

SUMARIO

1. Introducción. 2. Arte para conocer el mundo. 3. Arte para cambiar el mundo. 4. Arte y ciudadanía. 5. Taller de cartelismo y participación ciudadana. 6. Conclusión. 7. Bibliografía.

1. Introducción

En la sociedad Occidental actual el uso del lenguaje visual poco a poco va ganando terreno al uso de la palabra. Los artistas, expertos en producción de imágenes, dejaron hace tiempo de ser los únicos en utilizar como medio de comunicación el lenguaje visual. Publicistas y diseñadores entre otros se han apropiado de este lenguaje, siendo sus productos visuales mucho más efectivos a la hora de transmitir mensajes. Pero el contenido estas imágenes en la mayoría de los casos es superficial, lleno de estereotipos y de dudoso valor social. Hoy en día los medios de comunicación son grupo de referencia importantísimo en lo que a educación se refiere. En los medios de comunicación los niños y adolescentes encuentran todo tipo de patrones de comportamiento adulto que complementan y a veces contradicen al de los adultos de sus grupos de pertenencia, "los menores se han convertido en pequeños adultos que anticipan todas las conductas que cabe esperar de ellos en edades más avanzadas" (Vera Vila, 2005). Se trata de un medio de socialización indirecta que los padres y maestros no pueden controlar y que está cambiando radicalmente la estructura de nuestra sociedad.

Ernest Fischer en su obra *La necesidad del arte* habla del arte como el vehículo perfecto para conocer y cambiar el mundo (1975). A través de la enseñanza artística podemos ayudar a las nuevas generaciones a saber entender y analizar el contexto que les ha tocado vivir, promoviendo una actitud crítica frente a los mensajes que transmiten las imágenes de los medios de comunicación. A continuación, pasaremos a analizar una serie de características de nuestro entorno social para explicar la necesidad de actividades educativas como la que describiremos más adelante: un taller realizado con adolescentes en el que, aplicando el currículum posmoderno y la pedagogía del arte crítica, se intenta trabajar ciertos aspectos relacionados con la influencia de los medios de comunicación en los jóvenes y la necesidad de desarrollar un espíritu crítico y participativo.

2. Arte para conocer el mundo

Según Joan Ferrés en su obra *Educación en una cultura del espectáculo* (2000) actualmente el espectáculo impregna hasta tal punto la cultura popular que incluso ha llegado a apoderarse de los discursos políticos. Gracias a la televisión, ya no es necesario acudir a grandes eventos

(conciertos, teatro, deportes, cine, etc.). Los medios de comunicación reúnen tal cantidad de estímulos sensoriales que han conseguido llevar el espectáculo al terreno de lo cotidiano, convirtiéndolo en un mero entretenimiento.

El desarrollo de los medios de comunicación de masas y del mundo multimedia ha provocado un cambio radical en la manera de transmitir y recibir información en nuestra sociedad. Algunos expertos pronostican que el uso de la palabra será en breve sustituido por el uso de la imagen. Hay quienes ven este cambio como artífice de una crisis cultural que nos lleva hacia una sociedad teledirigida "sorda a los estímulos de la lectura" (Sartori, 2005, pág. 38) en la que el uso de la razón, el análisis y la crítica son sustituidos por un despliegue de sensaciones y sentimientos, sin espacio para la reflexión.

Muchos autores buscan la manera de paliar las consecuencias de la hiperestetización de una sociedad que se comunica a través de la apariencia y que no profundiza en el contenido de los mensajes visuales y audiovisuales. Algunos ven en la educación artística la solución a la falta de actitud crítica frente al continuo bombardeo de imágenes. Desde la enseñanza del arte se puede preparar a la sociedad para la lectura y el uso del lenguaje visual. Y es que el arte nos puede enseñar a conocer mejor el mundo en el que vivimos. De acuerdo con esto la actividad educativa que describiremos más adelante contiene una fase de análisis de productos visuales relacionados con el mundo de la publicidad.

Pero no es del todo justo decir que la juventud actual se haya dejado de interesar por el mundo de la palabra. Con la llegada de Internet el uso del lenguaje escrito ha cambiado radicalmente de formato. La comunicación lineal y unidireccional de la lectura como se entiende tradicionalmente se ha visto sustituida por la hipertextualidad y la lectura en pantalla. El cibernauta busca en la Red la información que necesita teniendo la posibilidad de contrastarla con fuentes diversas, de enlazarla y compartirla. Se trata de una práctica de lectura no secuencial, fragmentada y de gran complejidad, cuyo potencial no debemos infravalorar. Pero no sólo sucede con la lectura, también han surgido nuevas formas de escritura, como se analiza en uno de los artículos de la revista del Injuve del año 2005 dedicada a la relación entre los jóvenes actuales y la lectura:

Los desacreditados screen-agers, se han convertido en unos expertos grafólogos (en formato messenger, cuadernos de bitácora o correos electrónicos), y si bien salen ágrafos de la escuela, pues supuestamente no les enseñan a escribir ni mucho menos les inducen al placer de la lectura (todo es lo mismo), se citan masivamente a la salida de clase para escribir durante horas en las mensajerías instantáneas de la Red. Lo harán con faltas de ortografía, con vocabulario inventado y con una sintaxis y sindéresis que recuerda mucho a los experimentos vanguardistas, la escritura automática y simultánea de los surrealistas o la intertextualidad multimedia de los setenta; en definitiva dedican su tiempo a aquel placer solitario de la escritura del que hablaba Barthes (Domínguez Sánchez y Sábada Rodríguez, 2005).

3. Arte para cambiar el mundo

Teniendo en cuenta este contexto debemos entender que la transmisión de valores e ideales a través de la publicación de libros o artículos en revistas ya no tenga el mismo efecto que hace algunas décadas. El receptor actual demanda un papel activo en el proceso comunicativo. Algunos programas televisivos, sobre todo programas del corazón y realities, han tomado nota de este aspecto y cada vez son más frecuentes los programas en los que se simula cierta reciprocidad mediante la difusión en pantalla de mensajes de texto que el espectador puede enviar opinando sobre lo que está sucediendo en ese momento en el plató. En el mundo del arte sucede lo mismo. Son cada vez más los museos que ofrecen servicios de interlocución entre la obra que exponen y el público. Desde sencillas fichas explicativas y libros de visita hasta sistemas más complejos de interacción con el receptor que, en ocasiones, se convierte en protagonista de la obra. Este es el caso del antimuseo del colectivo El Ojo Atómico que recientemente abrió sus puertas y que no admite proyectos expositivos que no planteen algún tipo de intercambio con lo que ellos denominan un (contra)público. Aunque el arte de galería sigue alejándose cada vez más de la sociedad, sin embargo, en la calle surgen nuevas propuestas artísticas: colectivos en los que artistas, ingenieros, informáticos, entre otros, colaboran buscando crear nuevas redes de comunicación. Es el caso de colectivos como Platonic, los terroristas del arte, como ellos mismo se denominan, Equipos Fiambrera o la revista La Más Bella. Cada vez existen más de estos colectivos que

apuestan por lo que se conoce como ciudadanía creativa realizando brillantes intervenciones en el espacio público. Un ejemplo de ello es el colectivo Lobby Feroz conocido entre otras cosas por sus brillantes intervenciones en el barrio madrileño de Lavapiés. Muchas otras iniciativas son llevadas a cabo por grupos y ONGs que nada tienen que ver con el mundo del arte pero que emplean estrategias comunicativas similares al land art, al arte de acción y al teatro de calle. Hoy en día lo que no aparece en los medios de comunicación no existe y, como consecuencia, la labor de los movimientos sociales alternativos es anulada. Es por eso por lo que colectivos activistas han optado por estrategias comunicativas que tienen también mucho de espectáculo y que, en algunas ocasiones, se convierten en fenómenos mediáticos. Recordemos las espectaculares intervenciones que realizan ONGs ecologistas como Greenpeace y que en ocasiones terminan con el procesamiento judicial de los activistas, o las manifestaciones ciclonudistas, reivindicando el uso de la bicicleta en el caso de Madrid, o protestando por la visita del Papa en el caso de Valencia.

En su artículo *Marginales y criptoartistas*, el artista y especialista en arte de acción Nelo Vilar denomina arte sociológico a estas nuevas formas de expresión producto de la hibridación entre los nuevos movimientos sociales y el arte de acción (2003). Este arte sociológico, heredero de la cultura okupa y underground, es visto como un pozo de agua limpia por muchos artistas desencantados de la performance. Cansados de discursos que no conducen a nada (Riechmann, 2003) y de un mundo en el que hasta la solidaridad se consume, jóvenes artistas se suman a este arte floreciente. El taller de educación artística que a continuación analizaremos pretende ser una sencilla introducción para adolescentes en el ámbito del arte sociológico. Durante las dos sesiones que dura la actividad no sólo se trabaja con contenidos de aspecto social tales como los problemas que los participantes detectan en su entorno y en el mundo en el que viven, sino que también se realizará un ensayo de intervención en el espacio con el que el grupo dará a conocer sus preocupaciones al resto de ciudadanos de su propio barrio.

4. Arte y ciudadanía.

Pese a que es muy habitual escuchar comentarios sobre el individualismo y falta de compromiso de la juventud actual, los jóvenes

de hoy en día demuestran con su manera de emplear el tiempo de ocio la necesidad de estar juntos y compartir experiencias. Fenómenos propios de la sociedad española de nuestros días tales como los macrobotellones, la cultura nocturna y los encuentros en la red pueden ser interpretados como una respuesta contraria al forzado individualismo que trata de imponernos el capitalismo. Para una gran mayoría de los adolescentes la amistad es una de las cosas más importantes en su vida. Según Michel Maffesoli en su obra *El nomadismo* (2004) la sociedad actual vive un retorno al ideal comunitario que implica vivir con intensidad las relaciones cotidianas, el día a día. Muchos jóvenes son incapaces de pensar en el futuro y viven para y por el disfrute del momento. Por otro lado los informativos televisivos, con su manera de divulgar la información, como si las desgracias fueran del todo inevitables, sin analizar el por qué de los males del mundo, transmiten una sensación de impotencia que paraliza la acción social colectiva. Muchos de los jóvenes creen que sus esfuerzos son inútiles para cambiar las injusticias. Aún así existe un, aunque pequeño, creciente porcentaje de chicos y chicas que trabajan de voluntarios empleando su tiempo libre en ayudar en asociaciones.

La desigualdad es un componente necesario para la reproducción del capitalismo. La tantas veces nombrada globalización "no sólo homogeniza e integra a las culturas. También genera procesos de estratificación, segregación y exclusión" (García Canclini, 2000). Nuestras ciudades viven en la actualidad procesos de hibridación en los que se mezclan las características compatibles de las culturas de los nuevos ciudadanos con las de los españoles pero también se ponen de manifiesto las incompatibilidades. La industria cultural transmite una falsa imagen de conectividad, cuando en realidad las nuevas redes sociales están llenas de desconexiones y enfrentamientos entre culturas (Canclini, 2005). En contraste, muchas organizaciones de barrio trabajan por la convivencia en busca de un ideal de ciudadanía promoviendo actividades educativas para jóvenes y niños en las que la participación y la reflexión sean protagonistas.

Actualmente las grandes ciudades acogen todo tipo de propuestas de educación no formal y tiempo libre, algunas de ellas gratuitas. Los educadores de calle, monitores de tiempo libre y educadores sociales que trabajan en este ámbito están muy familiarizados con conceptos como el de participación ciudadana y realizan muchas actividades para el

desarrollo de valores tales como la solidaridad, la cooperación y la escucha inteligente. En el campo del Medio Ambiente se vienen desarrollando desde hace años este tipo de actividades. Pero en cuanto al arte, muchas de las actividades y talleres que se ofertan están enfocados a la expresión y creación individual. Debido al cambio social que se está viviendo en nuestras ciudades es necesario que se trabaje en la creación de actividades artísticas que promuevan tanto el pensamiento crítico y el análisis de la sociedad, como el activismo social y el inconformismo. Desde el arte podemos hacer ver a niños y adolescentes que su participación es esencial a la hora que mejorar el mundo en el que vivimos y enseñarles a utilizar estrategias comunicativas apropiadas para el contexto actual. Deben ser conscientes del poder de las imágenes y aprender a emplearlas haciendo suyo el lenguaje que otros emplean para vender productos.

5. Taller de cartelismo y participación ciudadana.

A continuación pasaremos a describir un taller de creación artística en el que se propone el cartel como método de crítica social. El taller fue diseñado por la autora de este artículo junto con Blanca Martín de la Fuente y Paloma Checa Gismero para llevarse a cabo con un grupo de adolescentes que realizan todos los fines de semana actividades de ocio y educativas en la Sede de la Cruz Roja de Segovia. Este grupo está compuesto por ocho chicos y chicas de entre 16 y 17 años.

Objetivos de la actividad:

- " Reflexionar sobre los problemas que afectan a nuestro entorno.
- " Desarrollar un pensamiento crítico.
- " Dotar a los participantes de herramientas de expresión adecuadas a su edad y al contexto actual.
- " Mostrar el trabajo de personas que utilizan la creatividad como vehículo de denuncia social.

Desarrollo: la actividad se realizó en dos sesiones de tres y dos horas de duración respectivamente:

Primera sesión:

1º Presentación de la actividad: se introdujo la actividad mediante unos panfletos en los que se podía leer la pregunta ¿Qué cambiarías del

mundo? Sentados alrededor de una mesa, uno a uno, los participantes y las educadoras, se fueron presentando para después dar respuesta a la pregunta planteada. En una pizarra se fueron anotando las respuestas obtenidas para un posterior debate.

2° Proyección y comentario de imágenes: bajo el título Espíritu Crítico se proyectaron una serie de imágenes divididas en tres grupos. El primero, compuesto por ejemplos de Publicidad Social y Contrapublicidad, sirvió para introducir a los participantes en el análisis de imágenes con contenido crítico. En el siguiente grupo se mostraban ejemplos de crítica social a través de la intervención ciudadana: graffitis, plantillas, pegatinas y propuestas de Ciudadanía Creativa que llamaron mucho la atención de los jóvenes ya familiarizados con este tipo de lenguaje. El último grupo de imágenes, centrado en el cartelismo como medio de reivindicación, sirvió para dar paso a la actividad. Con este propósito se eligieron carteles de la Guerra Civil española, del Mayo del 68 y del movimiento punky de los años 80 y 90. La técnica del recorte y la fotocopia empleada en estos últimos fue la elegida para realizar la actividad de creación por la sencillez e inmediatez del proceso y lo llamativo del resultado. Se les explicó a los participantes cómo debían realizar los carteles para que quedaran bien una vez fotocopiados.

3° Debate y realización de carteles: antes de comenzar con la actividad práctica los participantes eligieron entre todos uno de los problemas del mundo sobre los que habían discutido al comienzo de la sesión. Se dejó plena libertad para que decidieran si querían realizar los carteles individualmente o en grupo, y si preferían tratar temas distintos o todos el mismo tema. Decidieron tratar entre todos el problema de la pasividad de la sociedad actual frente a los problemas del mundo. Se dividieron en tres grupos y cada uno buscó su manera de abordar el tema. Se les proporcionó cartulinas negra y blanca, prensa de diversos tipos para que pudieran recortar imágenes y texto, rotuladores, pegamento, tijeras y una máquina de poner etiquetas.

Todos buscaron una imagen impactante que atrajera la mirada de un posible receptor. En los carteles realizados por chicos emplearon imágenes enigmáticas, que recuerdan al surrealismo, acompañadas por una frase contundente, cargada de ironía, y enunciada en segunda persona, dirigiéndose directamente al espectador. En ambos casos tanto el texto como las imágenes fueron recortados de revistas y funcionando como un

carteles fue divertida y emocionante. Los transeúntes se paraban a mirar los carteles, lo que motivaba al grupo a continuar con la actividad.



5° Evaluación: una vez concluida la pegada de carteles nos reunimos en la Casa Joven de la ciudad donde pudimos realizar una segunda mesa redonda. Los participantes rellenaron una encuesta contestando, entre otras, preguntas como 1)¿Qué es lo que más te ha gustado de la actividad?, 2)¿Crees que lo que hemos hecho es arte? o 3)¿Para qué sirve el arte?. En relación con la primera pregunta hubo unanimidad en afirmar que para ellos lo más importante había sido el hecho de pegar los carteles en la calle. En la segunda la mayoría estaba de acuerdo en que "por supuesto", era arte lo que habían hecho. La tercera pregunta obtuvo respuestas del tipo "el arte sirve para comunicar" o "para explicar a los demás lo que pensamos"; lo que ponía en evidencia la importancia que estos chicos concedían al hecho de que sus carteles hubiesen sido leídos por otras personas.

6. Conclusión

La principal conclusión que podemos extraer de esta experiencia educativa es la importancia que este grupo de adolescentes daba a la función comunicativa del arte. En los carteles que realizaron el texto tenía un importante papel expresivo. El hecho de que los mass media hayan sustituido al tradicional lenguaje escrito no significa que los jóvenes hayan dejado de leer y de comunicarse con palabras; a través de Internet pueden acceder a todo tipo de información escrita. La hipertextualidad del mundo multimedia ha creado una nueva forma de comunicación a la carta en la que el receptor tiene un papel activo en la búsqueda de información. Se trata de un nuevo modo de comunicarnos multidireccional preparado

para albergar todo tipo de espacios de opinión.

No podemos asegurar que el grupo con el que trabajamos fuera representativo del resto de adolescentes del país, pero sí que representa el tipo de juventud a la que nos referíamos al hablar de arte y ciudadanía. Se trata de jóvenes que huyen del individualismo y la falta de compromiso, reuniéndose cada fin de semana para hablar y compartir juegos y actividades la sede de la Cruz Roja. Estos jóvenes eran conscientes de la falta de conciencia social habitual en nuestros días, de ahí la decisión de utilizar sus carteles para intentar provocar en los demás una respuesta activa frente a los males del mundo.

Como ya hemos analizado, en la llamada sociedad del espectáculo, los medios de comunicación son un medio de socialización cada vez más importante. La televisión educa mediante imágenes y sonido en una serie de valores que los padres y educadores son incapaces de controlar. Los telediarios transmiten una visión derrotista de los conflictos del mundo presentándolos como inevitables. Pero sin embargo, en algún momento durante las dos sesiones del taller, al preguntarles si ellos creían que era posible cambiar el mundo, uno de los chicos contestó que todos juntos sí que podían hacer algo. Sus compañeros y compañeras estaban de acuerdo.

Ellos conocían mejor que nadie el poder de las imágenes y a través de su uso intentaron cambiar a su modo "un poquito" ese mundo con el que no estaban conformes. Es este el espíritu crítico e incorformista que podemos ayudar a desarrollar mediante actividades participativas en las que se trabaje sobre la función comunicativa del arte. Para poder huir de la sociedad indolente y aletargada en la que parece que estamos condenados a vivir, es necesario un tipo de arte que sirva también para "conocer y cambiar el mundo".

7. Bibliografía

Domínguez Sánchez, M. y Sábada Rodríguez, I. 2005: Transformaciones de las prácticas culturales de los jóvenes. De la lectura como ocio y consumo a la fragmentación neotectónica. *Revista de Estudios de Juventud del INJUVE* (70). 23-38.

Ferrés, J. 2000: *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona, Paidós.

Fischer, E. 1975: *La necesidad del arte*. Barcelona, Península.

García Canclini, N. 2000: La globalización: ¿productora de culturas híbridas? <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspm/pdf/Garciacanclini.pdf>

García Canclini, N. 2005: Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad. Barcelona, Gedisa.

Maffesoli, M. 2004: El nomadismo: vagabundeos iniciáticos. México, Fondo de Cultura Económica.

Riechmann, J. 2003: Cansados de discursos que no conducen a nada. Anotaciones sobre arte y responsabilidad cívica. En Sánchez, J. A. y Gómez Hernández, J.A. (coords.) 2003: Práctica artística y políticas culturales : algunas propuestas desde la universidad. Murcia, Universidad de Murcia.

Sartori, G. 2005: Homo videns: la sociedad teledirigida. Madrid, Taurus.

Vera Vila, J. 2005: Medios de comunicación y socialización juvenil. Revista de Estudios de Juventud del INJUVE (68), 19-32.

Vilar, N. 2003: Marginales y criptoartistas: arte paralelo y arte de acción en el estado español en los años 90. En Sánchez, J. A. y Gómez Hernández, J.A. (coords.) 2003: Práctica artística y políticas culturales : algunas propuestas desde la universidad. Murcia, Universidad de Murcia.