

EEST N° 1

Materia: Arte

Profesor: Stamati Miguel Angel.

TP INTEGRADOR

TP. N°1 Arte

1) Buscar información sobre que es arte y dar una definición con tus palabras.

Fundamenta tu respuesta.

2) Qué función cumple el arte en la sociedad.

3) Qué diferencia hay entre arte y artesanía. Fundamentar la respuesta.

4) Definir que es cultura.

5) Para vos que significa el termino estética

TP. N°2 Arte.

Tema: soportes, formatos y su relación con la composición.

1) Buscar tres soportes distintos y con diferentes formatos para realizar la composición plástica. Puede ser soporte digital, cartón, papel de diario, hojas blancas o de color, tela, madera, etc.

Los formatos pueden ser regulares o irregulares, geométricos, tridimensionales, etc.

2) Buscar una metáfora en una canción y representarla por medio de la imagen en los tres soportes elegidos. Puede ser el mismo dibujo o tres diferentes. Recuerden que es tan importante la figura como el fondo.

TP N°3 Arte

Tema: Cromáticos, acromáticos y valores

Acromático: Carente de color. El blanco y el negro son llamados acromáticos, así también se refiere a los valores de los grises de las series lineales o escalas. Hablando en términos de haces de luz, el blanco corresponde a la luz, mientras el negro corresponde a la ausencia de luz, la oscuridad.

Valor: Grado de claridad u oscuridad que existen entre dos extremos de valor, por ejemplo, blanco y negro. El valor pone de manifiesto un mayor o menor grado de la posibilidad lumínica, ligada esta siempre a la claridad u oscuridad del mismo. El valor no es condición única de los grises, que resultan de la mezcla de blanco y negro, sino de toda aquella superficie que refleje más o menos luz.

Cromático: se refiere al color.

Actividades:

- 1) Elegir una obra del artista plástico Xul solar.
- 2) Dividir la obra en dos y dibujar cada mitad en una hoja A4 , la primera la pintaran con acromáticos y distintos valores. La segunda eligen un color y la pintan con el mismo y sus diferentes valores.
- 3) Buscar la biografía del artista y describir los puntos más importantes en 10 renglones como mínimo y máximo 12

TP N°4 Arte

El estereotipo.

Según la definición que se recoge en la RAE, un estereotipo consiste en una imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas como representativa de un determinado colectivo. Esta imagen se forma a partir de una concepción estática sobre las características generalizadas de los miembros de esa comunidad.

En sus orígenes, el término hacía referencia a la impresión obtenida a partir de un molde construido con plomo. Con el correr de los años, su aplicación se volvió metafórica y comenzó a utilizarse para nombrar a un conjunto de creencias fijas que un grupo tiene sobre otro. Se trata de una representación o un pensamiento inalterable a lo largo del tiempo, que es aceptado y compartido a nivel social por la mayoría de los integrantes de un grupo.

Los estereotipos pueden ser de tipo sociales (de acuerdo a la clase social de la que procedan. Ej: chetos), culturales (de acuerdo a las costumbres que tengan. Ej: fascistas) o raciales (de acuerdo al grupo étnico del que formen parte. Ej: judíos). De todas formas, los estereotipos suelen formarse uniendo estas tres características, por lo que es muy difícil separarlos completamente unos de otros. Cabe señalar también que existen estereotipos vinculados a la religión, como aquel que define a los judíos como avaros.

En el ambiente artístico o literario los estereotipos aparecen como escenas obvias o personajes que abundan en clichés. Las películas

norteamericanas, por citar un caso, suelen presentar diversos estereotipos, tales como los relacionados con personas del extranjero, por ejemplo: los villanos antes eran soviéticos, hoy son árabes y los marginales suelen ser latinos.

El uso más frecuente del término está asociado a una simplificación que se desarrolla sobre comunidades o conjuntos de personas que comparten algunas características. Dicha representación mental es poco detallada y suele enfocarse en supuestos defectos del grupo en cuestión. Se construyen a partir de prejuicios respecto a la persona que proviene de una cierta zona del mundo o que forma parte de un determinado colectivo. Dichos prejuicios no son expuestos a la experimentación y por lo tanto, la mayoría de las veces ni siquiera son fieles al bagaje identitario del grupo al que se encuentran ligados.

Por ejemplo: afirmar que los argentinos son soberbios o que los españoles son ignorantes es reproducir un estereotipo que sólo sirve para discriminar y agredir a las personas de dichas nacionalidades. Cuando dichos pensamientos están muy extendidos, la única forma de revertirlos es a través de la educación.

Publicidad y estereotipos

Un elemento que afecta considerablemente la manera en la que un grupo mira a otro, es decir que permite la creación de estereotipos, es la publicidad, lo que se intenta inculcar en el pensamiento colectivo a través de los medios. Un ejemplo de esto es la publicidad machista que intenta convencernos por ejemplo de que los autos son para los hombres (es decir que a todos los

hombres le gustan los vehículos y a las mujeres les tienen sin cuidado) y las cremas para el cuerpo son para las mujeres (es decir que a todas las mujeres les interesa muchísimo su aspecto físico y a los hombres no les preocupa el suyo).

En la publicidad machista se presenta la imagen de la mujer como la de alguien heterosexual, casada con un hombre, que realiza las tareas de la casa y cuida de los hijos que ambos tienen en común. Sus profesiones suelen ser de enfermera, profesora o secretaria (siempre con un jefe, en su mayoría hombre). Y si no es así, la presentan como un ser frívolo, superficial, tierno, objeto del deseo de los hombres (jamás se menciona la homosexualidad), culpable de los divorcios y con una gran inestabilidad emocional.

Por su parte, el hombre es un ser fuerte, equilibrado, un padre inequívoco, que se ve rebalsado por los problemas de la casa (de los que su mujer es culpable) y se refugia en la «cerveza del sábado» con sus amigos o en su trabajo, para evitar las situaciones que le causan estrés.

Dos estereotipos de una misma sociedad donde el papel que estos cumplen es dividirla: los hombres por un lado, las mujeres por el otro, los ancianos, los niños, las personas de la ciudad, las del campo, etc. Y así nos encontramos con una sociedad absolutamente fragmentada por esta manía humana de etiquetarlo y separarlo todo.

Pese a que con el correr de los años se intenta dar una imagen más abierta, basta que nos sentemos frente al televisor por alrededor de una hora para encontrarnos con que las cosas no han cambiado tanto y que en realidad, seguimos tan embadurnados de los estereotipos

impuestos por el sexismo como hace siglos.

JUGUETERÍAS SIGUEN REFORZANDO ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y DESANIMAN A LAS NIÑAS A SEGUIR CARRERAS

La desigualdad de género empieza en la niñez. Una investigación del Instituto para la Ingeniería y Tecnología, (Institution for Engineering and Technology, IET), uno de los más grandes del mundo —167.000 miembros en 150 países—, encontró, a propósito del repunte del consumo de juguetes propio de la Navidad, que aquellos relacionados con ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (juguetes STEM, por sus siglas en inglés) son “tres veces más propensos a ser dirigidos a niños que a niñas”, por lo cual el IET advierte que estos estereotipos de género de los juguetes podría “desanimar a las niñas a seguir una carrera en ingeniería y tecnología”, según el diario The Guardian.

“A pesar de las recientes campañas de alto perfil que han tenido cierto éxito, los juguetes para niñas son todavía sobrecogedoramente rosados”, escribe Sally Weale en el periódico británico.

31% de todos los juguetes STEM en la oferta fueron catalogados como juguetes para niños, mientras solo 11% de ellos aparecían como dirigidos a niñas, dice la nota de prensa de IET sobre esta investigación.

La investigación de esta institución consistió en analizar 360 juguetes los sitios web de las diez principales jugueterías, además de 594 resultados de esas páginas en los buscadores Google, Bing y Yahoo. “Para los

buscadores, la investigación midió en número de juguetes rosados, juguetes STEM y muñecas que fueron categorizados cuando se introdujeron los términos 'juguetes para niños' y 'juguetes para niñas' en la búsqueda. Para las jugueterías, la investigación se concentró en el número de juguetes rosados, juguetes STEM y muñecas que fueron etiquetados para niñas o niños", explica la nota de prensa.

En los motores de búsqueda y en el arqueo de las jugueterías también encontraron que 89% de los juguetes catalogados para niñas son rosados, frente a solo 1% de los niños. "Google, Yahoo, Bing y Amazon destacan como los principales responsables de los altos números de juguetes rosados que aparecieron bajo el término 'juguetes para niñas'", observan. Llamam a no "perpetuar los estereotipos de género" y, en particular a los motores de búsqueda, a introducir "maneras de detectar patrones de prejuicios de género".

En la nota de prensa está citada Mamta Singhal, ingeniera de juguetes y portavoz de IET: "Cuando era niña tenía los típicos juguetes para niñas pero amaba jugar con carros, bloques de construcción y kits creativos también. La industria del juguete está cambiando poco a poco y con los años más juguetes de género neutro, como kits de ciencia, han comenzado a aparecer. Los juguetes pueden de verdad tener influencia en lo que los niños hagan en el futuro; por lo tanto, los juguetes STEM son un paso adelante natural en la industria".

Sin embargo, Singhal advierte que todavía hay mucho por hacer para motivar más con los juguetes el interés que las niñas muestran en las asignaturas de ciencia, tecnología e ingeniería en la escuela. "El mercadeo del juguete es un gran punto de partido para comenzar a cambiar las

percepciones que se tienen de las oportunidades dentro de la ingeniería.

Las opciones de juguetes para niñas deberían ir más allá de las muñecas y los vestidos para que podamos cultivar su entusiasmo [por esta carrera] e inspirarlas para que sean ingenieras cuando crezcan.

La nota de prensa recalca que los padres tienen la responsabilidad de pensar “más allá de las cajas rosadas o azules” cuando compran juguetes para sus hijos.

“Los padres juegan un papel crucial en influir en las preferencias de sus hijos en las asignaturas de la escuela y en las carreras que escogen. La investigación de IET encontró que solo 7 por ciento de los padres piensan que la ingeniería es una carrera que podría atraer a sus hijas”.

Sally Weale entrevista para The Guardia a Simon Ragoonanan, autor del blog Man vs Pink (Hombre versus Rosado), padre de una niña, quien publicó como alternativas para regalos de Navidad para niñas, juguetes de Lego y Star Wars, además de un kit de computación hecho por ellas mismas.

“Como padre de una hija de cuatro años que ama la ciencia ficción y los superhéroes, creo firmemente que las niñas deberían aspirar a ser más que solo princesas y que todos los juguetes deberían ser de género neutro. La gente con frecuencia escogen lo que piensan es la opción más segura y así es como empiezan a actuar los estereotipos de género”.

He for She, el movimiento por la igualdad de género lanzado hace dos años por ONU Mujeres, sostiene que los cambios también comienzan en la escuela. “Es en el salón de clase donde aprendemos nuestras primeras lecciones difíciles sobre los prejuicios de género”. Y proponen acciones como estar atentos al uso del lenguaje en las aulas. “¿Qué significa actuar ‘como una niña’ o ‘como un hombre’? Llama la atención al lenguaje

discriminatorio de los/las estudiantes e instructores/as. Pídele a la persona que lo usa que piense en cómo estos comentarios refuerzan los estereotipos de género”.

ACTIVIDAD

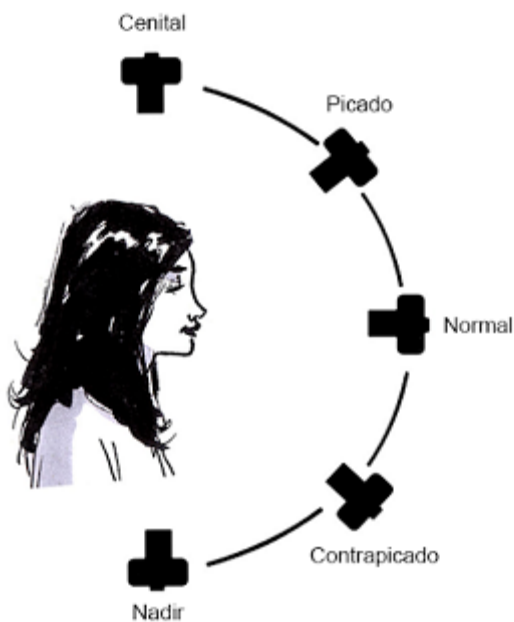
- 1) Buscar 4 publicidades con estereotipos de género, cada una en diferentes medios (tv, revistas, internet, etc) y una con imágenes dirigida a la igualdad de género. Dibujar en hoja canson n°6 una publicidad de las elegidas con estereotipo de género
- 2) Realizar en una hoja canson n°6 una publicidad sobre juegos o juguetes con igualdad de género tratando de no utilizar un estereotipo que alienten prejuicios de estos.

Arte

TP n°5

Profesor: Stamatí Miguel Ángel

Actividades: Punto de vista.



1) Elegir tres objetos. Colocarlos juntos y fotografiarlos desde los 5 puntos de vista.

1-cenital 2- picado 3- normal 4-contrapicado 5nadir.

2) Dibujar y pintar el de punto de vista contrapicado en una hoja A4

Arte

TP n°6

Profesor : Stamatí Miguel Ángel

ENCUADRE

El encuadre es el acto y el resultado de encuadrar: ajustar a un marco, fijar límites, encajar. En el ámbito de la fotografía, la televisión y el cine, se denomina encuadre al escenario registrado por el objetivo (lente) de la cámara en cada toma.

La acción de encuadrar, por lo tanto, supone realizar la delimitación de una escena a través del objetivo de la cámara. El resultado de ese procedimiento se conoce como encuadre.

Antes del encuadre es habitual que se realice una composición: el agrupamiento y la combinación de los elementos que serán fotografiados o filmados. La finalidad es que el resultado sea equilibrado y armónico.

Puede entenderse el encuadre como el registro de un recorte de la realidad a partir de la elección y la organización de los elementos que aparecerán en una imagen. El fotógrafo o camarógrafo determina el encuadre mediante la composición y el fragmento de la escena que decide capturar.

Modos de Encuadres

Al tratar el tema "encuadres" es muy común usar la expresión campo visual.

El campo visual es la porción del espacio en la cual los objetos son percibidos simultáneamente a través de la visión. Es todo aquello que vemos y percibimos a través de la vista.

El Encuadre es un concepto que surgió con el cine, para hablar de las limitaciones precisas del campo visual. Es un recorte de la realidad que intencionalmente mostramos, construimos para comunicar una idea en particular. Es una selección del campo visual, desde un ángulo de visión particular y un marco.

El marco es el borde o frontera tangible de la imagen, que la separa de lo que se quiere dejar afuera.

Hay 4 formas de encuadre: encuadre clásico, desencuadre, sobreencuadre y reencuadre.



Desencuadra



Sobre encuadra



Reencuadra



Actividades.

- 1) Elegir lugares u objetos para fotografiar.
- 2) Se tomaran tres fotos de cada encuadre, tradicional, sobreencuadre, desencuadre y reencuadre. Cada foto de un mismo encuadre será de distintos objetos o lugares
- 3) Elegir una foto de sobreencuadre para dibujar en un soporte A4. No puede quedar nada en blanco, se pinta todo con materiales a elección.

Arte

Profesor: Stamatí Miguel Angel

TP integrador N° 7

- 1) Realizar dos trabajos compositivamente libres, en dos soportes diferentes y con distintos formatos. Utilizando colores y valores de cada uno.
- 2) Buscar y elegir un estereotipo para realizar dos trabajos en Hoja n°6. El primero con punto de vista picado y con sobreencuadre. El segundo utilizando el mismo estereotipo realizarlo con punto de vista contrapicado y reencuadre. Dar color con diferentes valores sin dejar nada en blanco.

Leer toda la parte teorica de los modulos para defender los trabajos

