



una mirada al arte urbano
taller de percepción visual
por juan dies

street
audition

Área: Artes plásticas y visuales

Título: Una mirada al arte urbano

1.- Objetivos:

Ofrecer una visión diferente, alternativa y novedosa de observar nuestro entorno urbano.

Aprender a valorar y apreciar la comunicación callejera de todos los “actores” que utilizan las paredes y el mobiliario urbano para expresar sus sentimientos, estado de ánimo e intereses.

Diferenciar entre manifestación artística y vandalismo.

Introducción al marketing de guerrilla: Desvinculado en las formas del marketing tradicional, es también un elemento muy utilizado por grandes marcas de consumo. Veremos cuales son sus claves, cómo se aplican y cuál es el objetivo de las mismas.

Acercarnos al pensamiento de los participantes de una manera natural.

Ofrecer un nuevo vehículo de expresión a través del cual pueden recrear cómo comunicarse con los demás, con el público en general y escriban lo que quieran decir, con educación y civismo, teniendo en cuenta que necesitamos comprender y ser comprendidos en pos de una sana convivencia.

Provocar un aumento de la atención espacial de cada uno/a de los alumnos/as puesto que se trata de identificar detalles, a veces muy pequeños o escondidos, aunque en su mayoría sugerentes, de tal manera que el taller favorezca la agudeza visual de todos ellos.

2.- Contenidos:

- 1.- Arte callejero: entre el arte urbano y el vandalismo.
- 2.- Marketing de Guerrilla: ejemplos y reflexiones. Su razón de ser
- 3.- Graffiti, firma y pegatina. Los tres pilares del arte urbano
- 4.- Nuestro mensaje: ¿qué queremos transmitir? Pasemos a la acción

3.- Duración: 4 horas en dos sesiones.

Dos sesiones de 2 horas cada una con descanso de 10 minutos por sesión.

4. Participantes

He pensado que, puesto que la actividad me gustaría dirigirla a colectivos con problemas de comunicación y/o alguna discapacidad sensorial, el número máximo debería ser de 10-12 personas para participar como alumnas/os.

El curso sería impartido por mi, aunque dejo abierta la participación a otra persona de apoyo según la naturaleza del colectivo con conocimientos

relacionados con la atención a personas con discapacidad mental o autismo. Así pues, en el aula estaríamos de 12-14 personas.

5.- Destinatarios

Personas con discapacidad mental o autismo. Colectivo con problemas de comunicación donde su asistencia al taller suponga un acicate, una motivación extra para expresarse y ver su propuesta visible, de forma gráfica junto con otras, en un medio actual y moderno.

6.- Metodología, descripción de la actividad y rol del participante

Sesión nº1:

Presentación del taller, hablar de los objetivos del mismo. Pase de fotografías y videos con ejemplos de marketing de guerrilla y de arte callejero en sus manifestaciones más típicas que son: el graffiti, las firmas y las pegatinas. Establecer un primer feedback con la audiencia y finalmente fijar unas tareas para la siguiente sesión que serán realizar fotografías con el móvil de los ejemplos más sobresalientes en los alrededores de sus domicilios del llamado arte urbano. Se creará un perfil en Instagram con un hastag en particular que sirva como identificador del material gráfico que se va a estudiar.

Sesión nº 2:

Visionado y puesta en común del material proporcionado por el colectivo asistente al taller. Selección del medio gráfico, el mensaje y la forma que cada uno/a de las/los alumnas/os quiere utilizar para divulgar su pensamiento/estado de animo/hobbies/pasiones/etc.

Se recreará una pared callejera con composiciones gráficas diseñadas por Juan Dies, inspiradas en el arte urbano. Para dotar de mayor realismo, se utilizará un rollo de papel de 1'5 metros de altura por 4 metros de largo siguiendo una estructura similar a la foto 1 de manera que los/las participantes, de una manera natural, estén motivados a manifestarse tal y como son. Para ambientar el taller, podemos utilizar hasta tres paredes con una superficie total impresa de 18 metros cuadrados. (3 murales como el de la Foto 1 con distintos diseños) para que la inmersión (y la sensación) de intervenir en el arte urbano sea total.

Foto 1



Una vez definido el mensaje, color y logo/firma elegida por cada participante, pasaremos a la última fase del proyecto que será, con rotuladores y/o adhesivos, transformar los murales en uno nuevo y singular, en el que quedarán reflejados los mensajes de los integrantes del grupo. Según los intereses de la Institución donde se desarrolle el taller, pueden quedarse con los murales y que sirvan como un reflejo de la personalidad colectiva donde expresar y manifestar nuestros sentimientos sea algo positivo y conciliador.

7.- Coste de la actividad

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Foto 2

Mercado del 13. Mural Oola. Museo de Zaragoza 2017



Taller proyectado por Juan Dies Los Arcos dentro de la actividad prevista en su Proyecto Cultural Oola. El taller forma parte de la oferta formativa de la DGA 2018 [Enseñarte](#)

* Durante el año 2013 estuve un año lectivo participando como voluntario para la Asociación de Tiempo Libre **Los Tigres** adscrita a la organización ATADES como profesor del módulo de informática para unos 12 alumnos/as junto con otros 4 compañeras/os.

Portfolio: [Behance/souldumarais](#)

Curriculum: [Linkedin/diesjuan](#)

En Zaragoza a 20 de mayo de 2018