Enseñando sobre arte y educación a la generación Z de futur@s maestr@s

Lander Calvelhe *

Resumen

El futuro profesorado de educación infantil y primaria pertenece mayoritariamente a la generación Z, una generación particularmente rica y compleja, al igual que los tiempos y contextos actuales. Su formación sobre arte y educación posibilita una amplia variedad de contenidos teórico/prácticos y de experiencias igualmente diversas que pueden atender, tanto a sus propias características generacionales en cuanto estudiantes, como a su formación como docentes del mañana. El presente artículo plantea una serie cuestiones que entrelazan los resultados de varios estudios de mercado y de publicidad entorno a la generación Z, con la propia práctica docente universitaria de su autor, y aportaciones de diferentes perspectivas y corrientes educativas desarrolladas en el último siglo, como el aprendizaje centrado en el alumnado. El artículo concluye señalando, no sólo indicios de lo conocido como buenas prácticas, también experiencias que continuar revisando, retos presentes y futuros.

Palabras clave

Formación del profesorado, arte, educación, educación artística, generación z, nativos digitales, aprendizaje centrado en el estudiante.

Recepción original: 30 de octubre de 2019
Acceptación: 06 de marzo de 2020
Publicación: 30 de junio de 2020

Presentación

Los cambios de paradigma en las ciencias sociales en el último siglo (Burr, 2003; Snaza y Weaver, 2015; Storey, 2002), los estudios híbridos e interdisciplinares nacidos en los 60, 70 y 80 (Hall, 2016; Trifonas y Jagger, 2019); lo conocido como la web 2.0 y 3.0; además del continuo cambio generacional, posibilitan hoy un escenario particularmente rico para la formación de futuros y futuras docentes en lo que respecta a la educación artística; área que también se caracteriza por estar en continua revisión (Aguirre, 2015; Hernández, 2007; Huerta y Alonso-Sanz, 2017). En este complejo escenario, el presente artículo ofrece una serie de cuestiones que relacionan: (i) la experiencia de su autor como profesor universitario en los grados de maestro de educación infantil y primaria[1], con (ii) diversos estudios del ámbito empresarial y de la publicidad centrados en la generación

(*) Profesor de educación artística en la Universidad Pública de Navarra y doctor en Artes y Humanidades por la misma universidad. Se licenció en Bellas Artes en la Universidad de Barcelona, donde también curso el máster oficial Artes Visuales y Educación: un enfoque construccionista, obteniendo el Premio Extraordinario. Miembro del grupo de investigación *Edarte*, ha participado en diferentes proyectos interuniversitarios y ha sido responsable de diversos seminarios en colaboración con el Centro Huarte de Arte Contemporáneo. Dirección electrónica: lander.calvelhe@unavarra.es

(1) Las asignaturas a las que hace referencia este artículo son: el módulo de artes visuales y plásticas de la asignatura obligatoria del primer curso de ambos grados, Arte y Patrimonio Histórico, y la también obligatoria Educación Artística I del grado de primaria. Por lo tanto, varios de los testimonios del alumnado que aquí se recogen han sido seleccionados de las encuestas de satisfacción docente de las mismas asignaturas. Esas encuestas fueron contestadas anónimamente, de forma voluntaria y antes de recibir las calificaciones finales.

10.1344/TE2020.58.2
Creative Commons 4.0 Reconeixement no comercial

Z; aquella compuesta por personas nacidas entre los años 1995 y 2010 (justamente el perfil de su reciente alumnado); todo ello desde una perspectiva de educación cuyo centro son los y las estudiantes.

En términos generales, esta generación Z se define por estar compuesta de genuinos nativ@s digitales de la era de la información globalizada. Varias comunicaciones afirman que su déficit de atención es alarmante, que tienen una alta dependencia a la tecnología, y que utilizan sus *smartphones* una media de 4 horas diarias (Martínez, 2018; Montaña Blasco, 2018). Al mismo tiempo, nos informan de que es una generación más cuidadosa a la hora de compartir su intimidad en Internet que su antecesora (l@s *millennials*), principalmente debido a que las redes sociales son cada vez más diversas y sofisticadas, y no porque haya disminuido su uso. Además, según un estudio realizado por la prestigiosa y multinacional compañía Kantar Millward Brown, la mayoría de est@s jóvenes puede llegar a gestionar hasta 5 dispositivos audiovisuales a la vez con sorprendente habilidad: «Mi smartphone es como una secretaria personal que me recuerda las cosas importantes, por ejemplo: me despierta por la mañana, me planea el recorrido en bus, puedo hacer la compra o llamar para que me traigan comida, estar en contacto con mis amigos y familia. Es como un robot a mi servicio 24 horas» – Joven de la República Popular China (Kantar Millward Brown, 2017). Ante tales características, según el mismo estudio, es particularmente difícil conectar con los componentes de esta generación Z, precisamente por haber nacido con la tecnología al alcance de la mano y tener en sus retinas innumerables contenidos audiovisuales.

En el mismo sentido, las y los profesionales de la educación también podemos preguntarnos: ¿Es extensible esta problemática a lo que acontece en nuestras aulas y centros? ¿Cómo podemos los y las profesoras actuales conectar con la generación Z cuyo perfil, a priori, difiere tanto de la cultura escolar tradicional? Es más, ¿cómo podemos hacer girar estas características y hábitos a favor del desarrollo de aprendizajes holísticos y emancipadores, especialmente cuando se trata de la formación del futuro profesorado? Ciertamente contamos con una larga y fructífera tradición de estudios y reflexiones centrados en el desarrollo de la identidad docente (Hargreaves, 1994; Sancho, *et al*. 2014), por lo que también sería pertinente que atendiésemos a las características concretas y actuales de quienes han tomado la decisión de formarse, efectivamente, como l@s docentes del mañana. Es más, si el mundo empresarial invierte cuantiosos recursos en estudiar los mercados, conocer quiénes y cómo son sus futuros clientes, e investigar sobre las posibles maneras de conectar con ell@s, el profesorado de todos los niveles formativos podemos servirnos de sus resultados de estudio y sacarles el mejor provecho para nuestros objetivos educativos.

La generación Z: nativa digital, diversa, práctica y divertida

Para conocer más a esta generación, debemos indicar que también ha recibido otros nombres como «Post-millennials» o «Generation Apps» (Csobanka, 2016), «Generation 2020», «Internet Generation», «Screenters» o «Zeds» (Rothman, 2016); sin embargo, independientemente de su denominación, las características que la describen son fundamentalmente similares (ver Tabla 1). En un momento histórico en el que las diferencias de clase, raza y religión han tomado direcciones e intersecciones múltiples, parece ser que el concepto de generación está ayudando a entender con mayor claridad las realidades contemporáneas en este mundo cada vez más globalizado. Según diferentes estudios,

las personas de una misma generación están interconectadas por experiencias compartidas, especialmente durante la infancia y la adolescencia, entorno a áreas como: los medios de comunicación y la cultura pop, las situaciones socioeconómicas nacionales e internacionales, los eventos de carácter global, los desastres naturales, los enemigos y héroes públicos, los devenires políticos, y muy especialmente, los avances tecnológicos, es decir, todos aquellos fenómenos que marcan de manera transversal a un colectivo social durante la transición, ya de por si compleja, de la infancia a la juventud (Csobanka, 2016, p. 65).

Debemos subrayar que, según la experta en ciencias de la información y de la comunicación, Mireia Montaña Blasco (2018), la generación Z es muy consciente de las dificultades del mundo actual, y de la precariedad laboral en particular. De ahí, que su amplia mayoría sienta que es de gran importancia prepararse profesionalmente, puesto que además han vivido una recesión económica, que no sólo les ha afectado en recursos, sino que ha sido *tuiteada* en directo. En esta línea, el estudio realizado por Tracy Francis y Fernanda Hoefel para McKinsey & Company (2018) describe a esta generación como la «True Gen», en tanto que demuestran interesarse por lo verdadero, tienden a valorar las expresiones individuales, ven más allá de las etiquetas, además de tener un punto de vista crítico sobre el *status quo,* aunque esta sea una visión fuertemente influenciada por las redes sociales. Respecto a tales últimas características, también hay que señalar que la generación Z es excepcionalmente diversa en cuestiones de identidad racial, género y orientación sexual, además de religión, según datos recogidos en EEUU: «Es algo nuestro, porque ahora tenemos las herramientas y el vocabulario para entender la diversidad y nuestras identidades de una manera que nuestros padres nunca llegaron a tener» – Joven estadounidense (Levin, 2019).

Tabla 1: Características generales de la generación Z

- Nacieron alrededor del milenio.
- No conocen el mundo sin Internet.
- Usan Internet, las redes sociales y la mensajería instantánea para comunicarse, acceder y compartir numerosa información práctica y de ocio a través de los *smartphones* una media de 4 horas diarias.
- *Multitasking:* pueden llegar a gestionar hasta 5 dispositivos audiovisuales. Por ejemplo: escuchar música, escribir mensajes y realizar compras *online*.
- Toman decisiones rápidamente basándose en el acceso rápido a la información, aunque no siempre se aseguran de las fuentes.
- Capacidad de atención cada vez más reducida (7/8 minutos) que afecta a su comprensión lectora, ya que tienden a no leer los textos en su totalidad sino por *keyword hunting* (cazando palabras clave).
- Flexibilidad, movilidad y tolerantes a los cambios/promotores de cambios.
- Valoran las expresiones de individualidad, ven más allá de las etiquetas y tienen una mirada crítica sobre el *status quo,* aunque influida por las redes sociales.
- Excepcionalmente diversa en lo referente a identidad racial, género, orientación sexual e incluso religión. Conscientes de pertenecer a varias comunidades y grupos sociales.
- Buscan la practicidad, la forma más corta de alcanzar sus objetivos.
- Conscientes de la complejidad del mundo laboral, se preocupan por su formación y tienen iniciativas propias.
- Grandes consumidores de música en la red con acceso continuo, al igual que de otros productos audiovisuales.
- Conectan con el humor, siempre que esté contextualizado en su universo social, y les atraen las producciones de cuidada estética e impacto visual.

Basada en Cilliers (2017), Csobanka (2016), Francis y Hoefel (2018), Kantar Millward Brown (2017), Levin (2019), Montaña Blasco (2018), Martínez (2018) y Rothman (2016).

Teniendo en cuenta este perfil que el devenir socioeconómico, cultural y tecnológico ha ido dibujando en la generación Z, encontramos profesor@s e investigador@s que ya se han preguntado por cómo llevar a cabo su labor docente para/con dicha generación. Según Zsuzsa Csobanka, este sector social demanda un extra de motivación por parte del profesorado, métodos de enseñanza efectivos, que den menor importancia a la lectura, mayor importancia al hacer, incluso a la actividad física y el movimiento, y a la cooperación (Csobanka, 2016, p. 69). Mientras tanto, Elizelle Cilliers se centra específicamente en cómo una persona que ha nacido en un mundo globalizado e interconectado (Internet) y, por lo tanto, «vive y respira» tecnología, puede expandir estas características a su vida escolar. Según su propio estudio, la amplia mayoría de l@s estudiantes universitarios de la generación Z toman notas en sus ordenadores u otros dispositivos digitales, hacen más preguntas por correo electrónico que en el aula, no le gusta esperar a que les contesten, y su actitud en clase y frente al profesorado puede calificarse de «Ven y entretenme» (Cilliers, 2017, p. 190). En consecuencia, Cilliers afirma que el reto es mayúsculo pero no imposible, al igual que concluye el macro estudio ya citado de la compañía Kantar Millward Brown, titulado *AdReaction* (2017). Así, a pesar de que tanto Cilliers como Kantar Millward Brown afirman que no existe una fórmula mágica para captar la atención de esta generación, también señalan que la clave puede estar en la creatividad, tanto del mundo empresarial como del profesorado, para generar y ofrecer contenidos atractivos para sus sentidos. En este sentido, a continuación se presentan diferentes elementos y prácticas que el autor de este artículo ha desarrollado en su labor docente y que, justamente, los estudios recién citados también apuntan como indicios de éxito, que más concretamente son: el uso de la música y del humor, una cuidada estética, atender a la diversidad, ofrecer interacción, y no caer el *«postureo»,* es decir, ser lo más auténticas y auténticos posibles.

Música: conectando con sus sentidos y aprovechando sus habilidades

Una de las cosas que más me gusta y me motiva
es que empezamos las clases con música.
Me gusta cuando el profesor hace de DJ.

La generación Z puede jactarse de tener el mayor acceso, a la mayor variedad de música de la historia, en un solo *clic*; por lo que no es de extrañar que para ellos y ellas la música sea uno de los elementos que definen un buen anuncio (Kantar Millward Brown, 2017). En este sentido, iniciar la clases con música de fondo mientras el alumnado se sienta, firma las hojas de asistencia y el profesor organiza los materiales, bien sean físicos o para ser proyectados, ha sido señalado como una buena práctica por l@s estudiantes en las encuestas de satisfacción docente contestadas de manera anónima y previamente a las calificaciones – como ejemplo, los dos testimonios que abren este apartado. Ya que el mismo docente suele llevar sus auriculares por el campus, poner música en el aula surgió como extensión de esa misma práctica personal, extensamente compartida por la generación Z de estudiantes. Al mismo tiempo, la música ayudó a indicar diferentes momentos y dinámicas en el aula; cuando esa primera música de bienvenida subía de volumen y luego poco a poco bajaba hasta apagarse, el alumnado sabía que era momento de hacer silencio pues el docente iba a comenzar a hablar. Por otro lado, la música acompañaba a ciertos ejercicios prácticos de creación artística, y de nuevo, si la música se paraba, el alumnado sabía que debían concentrarse en la actividad y dejar las conversaciones que habían iniciado con sus compañeros y compañeras.

Por otro lado, más allá del uso de la música como acompañamiento ambiental, concretamente en la asignatura de Educación Artística I, al realizar un breve recorrido histórico por corrientes y movimientos artísticos y su influencia en la educación, el profesor propuso el siguiente juego/actividad: en grupos, el alumnado debía asignar a cada corriente artística tres piezas musicales, una de ellas de la misma época histórica que la corriente, otra contemporánea/actual, y una última a su libre elección. Los resultados de esta actividad fueron verdaderamente sorprendentes pues emergieron cuestiones de carácter histórico, social y cultural que cuestionaron los «ismos» en el mundo del arte a través de lo lúdico. Añadir también que en el proceso se utilizaron diferentes fuentes y aplicaciones digitales a voluntad del alumnado para crear, archivar y compartir las *playlists*, lo que supuso aprovechar sus propias competencias digitales en el desarrollo curricular de la asignatura.

Más allá del popular valor de la música en la educación infantil y primaria, he aquí un breve y humilde ejemplo llevado a cabo en la formación universitaria, que además está relacionado con el mundo digital y tecnológico. Como señala Cilliers, l@s estudiantes de la generación Z son conscientes de que tienen un mayor conocimiento que su profesorado sobre las TICS en general, e Internet en particular; y por ese motivo aprecian que en los espacios educativos puedan implementar sus propias habilidades y prácticas de ocio como herramientas de aprendizaje (Cilliers, 2017, p. 195). Estrechar la distancia entre la vida escolar, en cualquiera de sus niveles, y el resto de la vida cotidiana del alumnado, es una de las cuestiones clave de las corrientes educativas desarrolladas en el último siglo. De hecho, las propuestas sobre los aprendizajes centrados en el o la estudiante continúan hoy presentando retos sumamente relevantes como los señalados por Weimer (2002): romper con la jerarquía tradicional de los roles de poder/conocimiento en las aulas, la selección de contenidos, la responsabilidad en los aprendizajes, además de los objetivos y procesos de evaluación. Al mismo tiempo, estas cuestiones pueden ir materializándose en lo que, aparentemente, son pequeños detalles y actividades como el expuesto en este apartado.

Humor: la risa como herramienta y posible objetivo educativo

Las clases son amenas y a veces muy divertidas.
No da pereza ir a clase, te lo pasas muy bien aunque te haga trabajar.
Ha sido una asignatura fácil de seguir y muy entretenida,
una de las mejores del semestre.

Otra de las características propuestas en el estudio AdReaction de la compañía Kantar Millward Brown (2017) es el humor como ingrediente fundamental para llegar a todo tipo de audiencias, pero muy especialmente a la generación Z, pues ha sido sistemáticamente expuesta a noticias de carácter negativo desde su infancia. Además, la risa también ha sido estudiada como herramienta terapéutica (Mora y Quintana, 2010), e incluso educativa, aunque todavía no alcance un amplio reconocimiento académico (Jáuregui y Fernández, 2009).

En esta línea, si bien el humor en las aulas puede tomar diferentes fórmulas y desarrollos, la propuesta de este docente ha sido, primeramente, utilizarlo para incentivar la lectura de su alumnado, y en segundo lugar, para exponer contenidos curriculares introduciendo una perspectiva crítica sobre los mismos. En el primer caso, se les pidió al alumnado que, tras la lectura de los textos semanales, realizasen de uno a tres memes con los

conceptos clave de los textos a modo de resumen - Figura 1. El objetivo era motivar y desarrollar su capacidad lectora y de síntesis a través de la producción creativa de un artefacto visual cuyo formato es sumamente familiar y popular para la generación Z: el meme. Honestamente, los resultados no fueron exactamente los esperados. A pesar de que al inicio de curso esta propuesta tuvo un gran éxito de acogida, a lo largo de las semanas, el número de memes y su calidad disminuyó drásticamente. Según expresaron vari@s estudiantes durante una de las sesiones, el problema no era tanto los memes en sí, sino las lecturas, pues consideraban que eran complicadas, requerían un tiempo importante en sus agendas, y al acabarlas ya no tenían ganas de «ponerse a hacer memes»; pues también exigía un esfuerzo de síntesis, creación, búsqueda de imágenes, maquetación, etc. – Más adelante se tratarán cuestiones respecto a la competencia lectora de esta generación.

En lo referente al uso de los memes por parte del profesor, esta táctica tuvo un mayor éxito e impacto en el desarrollo de la asignatura y en los aprendizajes del grupo. Cuando el docente les propuso al alumnado la actividad anterior, consideró que él también debía realizar esa tarea y compartirla con el grupo a modo de *feedback*. Esta simple ocurrencia en seguida se convirtió en una manera divertida y visual de explicar semanalmente las principales corrientes de la educación artística, y así, intentar recortar el distanciamiento que el alumnado sentía con respecto a las lecturas, al mismo tiempo que animaba al debate crítico sobre las mismas. En este sentido, no sólo se consiguió captar el interés del alumnado, sino que además influyó positivamente en la comprensión de los contenidos principales de la programación.

Como concluye el trabajo de Eduardo Jáuregui y Jesús Fernández, un buen uso del humor en el aula puede ayudar a establecer una mejor relación con l@s estudiantes, reducir el estrés, motivar la participación y el estudio, comunicar la materia más eficazmente al estimular la atención, la creatividad y la memoria, principalmente del alumnado, aunque también del profesorado (Jáuregui y Fernández, 2009, p. 204). Simultáneamente, si miramos más allá de su utilidad metodológica, es decir, si consideramos el humor en las aulas como algo más que un comentario puntual o una anécdota, como docentes cabe recordar la propuesta de Mary Warnock y hacer que: «el objetivo principal de la educación sea dar a las personas la oportunidad de no aburrirse nunca» (Warnock en Greene, 2005, p. 147).

Figura 1: Ejemplo de meme para incentivar la lectura y su posterior debate

Estética: el cuidado de la imagen y de las experiencias

Los powerpoints están muy organizados, al detalle,
son explicativos, conectan con nosotros y nos ayudan a entender.
Nos transmite los contenidos de manera atractiva y muy cuidada.
Me gustan mucho las dispositivas que hace, aunque a veces les falta texto.

Según Darla Rothman (2016), la generación Z ha crecido acompañada de un imaginario complejo y sofisticado, y por lo tanto, su parte del cerebro encargada de las habilidades visuales se encuentra particularmente desarrollada; lo que conlleva, según la misma autora, que las formas de aprendizaje visuales sean más efectivas para/con dicho sector social. Esta cuestión también aparece en el citado estudio AdReaction, que subraya que los y las jóvenes de esta generación valoran de manera extraordinaria las cualidades visuales de los anuncios, ya sea por su cuidada estética, por ser visualmente impactantes o por innovar en formatos y efectos audiovisuales: «La edición, la grabación y sus colores de aquella campaña publicitaria eran preciosos. Estéticamente muy agradables de ver. Nunca vi algo igual y me encanta volver a verla» – Joven de Alemania (Kantar Millward Brown, 2017).

En coherencia, no son de extrañar los comentarios abiertamente positivos aparecidos en las encuestas de satisfacción docente que aprecian el cuidado de lo visual en las presentaciones realizadas por el profesor y autor de este artículo. Si durante su formación académica (máster y doctorado), éste dedicó numerosas horas a la lectura y la inmersión teórica, cuando inició su labor docente universitaria, una gran parte del tiempo comenzó

a ser invertida en buscar imágenes y maquetar powerpoints: la atención a todos los detalles, desde el tamaño, el estilo de letra y su color; la disposición de los elementos, la escala y las dimensiones; la relación entre una diapositiva y otra, su secuenciación, etc. – Figura 2. Ciertamente, su formación artística desde pequeño ha jugado un papel sumamente importante en la elaboración de tales materiales. Por ejemplo, durante su paso por Bellas Artes, en numerosas ocasiones, se le insistió en que «Todo significa» y que «El medio es el mensaje», de ahí que en sus materiales muy poco quede al azar; incluso en las lecturas en formato PDF que facilita a su alumnado, también suelen estar editadas. En este sentido, cuando le preguntan si continúa creando obra artística, pintando, dibujando, o incluso haciendo vídeos, instalaciones o performances, el docente responde que ha expandido estas cuestiones a su vida cotidiana, y más concretamente, a su labor educativa.

Lejos de ser un caso aislado, numeros@s docentes e investigador@s han explorado y reflexionado sobre qué puede la educación aprender de las artes, tanto en sus formas de hacer, como en sus contenidos, y en sus potencialidades (Eisner, 2003; Greene, 2005; Jové y Betrain, 2012; Jové, 2014). Según Cilliers, ser los y las docentes de la generación Z no puede implicar únicamente la integración de las tecnologías en el aula, también es pertinente ofrecer espacios creativos e innovadores de aprendizaje donde llevar a cabo metodologías visuales de enseñanza e interacción (Cilliers, 2017, p. 195). Al igual que en los apartados anteriores sobre la música y el humor, aquí también queda implícito que lo verdaderamente importante no es el «qué» (en este caso el uso de lo visual), sino el «cómo» y el «para qué», es decir, la perspectiva educativa y su implementación metodológica por/hacia unos objetivos o fundamentos. Anne Bamfort (2006), en su estudio de carácter internacional, ofrece un amplio e inspirador recorrido sobre el positivo impacto de las artes en la educación, tanto en las enseñanzas de las propias artes (dibujo, pintura, fotografía, etc.) como a través de ellas. Gracias a las evidencias analizadas, Bamfort concluye que el desarrollo de programas de educación artística de calidad tienden a mejorar: (i) los resultados académicos del alumnado, su auto-estima y pensamiento crítico; (ii) a que estudiantes, familias y el propio barrio tengan una mejor percepción y actitud hacia el centro educativo; y (iii), promover la cooperación, la tolerancia, y el sentido de responsabilidad de toda la comunidad educativa (Bamfort, 2006, pp. 143-144).

Figura 2: Ejemplo diapositivas y su secuenciación

Critica social: feminismo, diversidad y medio ambiente

Hacía tiempo que no me lo pasaba tan bien haciendo prácticas,
nos ha dado mucha libertad y hemos podido hacer proyectos de arte-activismo.
Como feminista he encontrado en clase otra forma de expresión y de lucha a través del arte.

El trabajo de Nuria Martínez (2018) nos informa de que el tipo de publicidad que desea dirigirse a la generación Z debe basarse en una comunicación inclusiva, multirracial y sin estereotipos. Según sus datos, la juventud actual pide campañas reales y que las marcas estén verdaderamente comprometidas, pues esta juventud posee ideas muy claras sobre la igualdad, la diversidad y la sostenibilidad. Como también se señala al comienzo de este artículo, el estudio de Francis y Hoefel (2018) afirma que la generación Z busca la verdad, valora las expresiones individuales y ven más allá de las etiquetas. Es más, el mismo estudio indica que la generación Z es radicalmente inclusiva, ya que el 66% de su muestra considera que las comunidades se crean por causas e intereses comunes, no por clase social ni niveles formativos. Al mismo tiempo, el 52% sostiene que es natural que una persona pertenezca a diferentes grupos sociales, y que ell@s mism@s no tienen problemas para moverse entre varios colectivos o comunidades. En este sentido, hay que señalar que la propia generación Z es en sí misma diversa, como también se recogía anteriormente; según datos de los EEUU nunca una generación se había definido de manera tan múltiple y inter-seccional en lo referente a la raza, el género, la orientación sexual e incluso la religión (Levin, 2019).

Por lo tanto, de nuevo no resulta extraño que el alumnado de los últimos cinco años en los grados de educación infantil y primaria conectara inmediatamente con prácticas artistas contemporáneas con un fuerte componente activista y de crítica social. Las lecturas del primer curso sobre el papel social y político de los y las artistas firmado Carol Becker (1997) y sobre el trabajo del colectivo de las Guerrilla Girls (Arakistain, 2015), además de conocer las obras de artistas como Ai Wei Wei, Bansky, Barbara Kruger y un largo etcétera, calaron profundamente entre l@s estudiantes. De hecho, ante la demanda curricular de que en grupos realizaran libremente un proyecto/obra artística propia a lo largo de tres semanas, la mayoría del alumnado se decantó por desarrollar este tipo de prácticas artísticas-activistas – Figura 3. Por consiguiente, en los últimos cinco años hemos podido disfrutar de instalaciones en los lavabos de la universidad cuestionando los roles de género, de propuestas creativas y concretas de recogida selectiva de basura en el campus, performaces sobre las identidades *queer* en los medios de comunicación, críticas al consumismo, al abuso de la utilización de las redes sociales y sus peligros, o a la burocratización y robotización de la educación.

En esta dirección, cuando en los cursos siguientes trabajamos sobre las pedagogías críticas, concretamente con referentes de educación artística post-moderna y de cultura visual (Duncum, 2002; Hernández, 2007; Steinberg y Kincheloe, 2005), de nuevo la inmensa mayoría del alumnado ha mostrado gran interés. Por ejemplo, una de las lecturas que más debate ha generado en clase ha sido un artículo muy breve sobre el aprendizaje por proyectos llevado a cabo a raíz de una exposición de Lucian Freud en torno al cuerpo y su representación en la sociedad (Vidiella, Ventura y Hernández, 2004). La atracción por esta experiencia educativa por parte del futuro profesorado se ha visto empañada por no saber si serán capaces de llevar a cabo proyectos similares en sus centros, si contarán con el respaldo necesario, o si por el contrario serán vist@s como demasiado transgresor@s. En respuesta, el siguiente paso por parte del profesor de la asignatura ha sido ayudar a que el grupo entendiera la importancia de lo contextual en el pensamiento y acción crítica, y al mismo tiempo, volver a los fundamentos básicos sobre los aprendizajes por proyectos. Una de las comprensiones más importantes a las que llegamos con el alumnado en varias ocasiones, ha sido entender lo contraproducente de ser rígidos y rígidas a la hora de adscribirnos a cualquier tipo de corriente, ya sea artística o pedagógica, moderna o post-moderna. En otras palabras, además de reconocer la importancia del «cómo» y «para qué» poner en marcha una propuesta educativa, estos años hemos aprendido a añadir el «para quiénes» y «en qué situación» se lleva a cabo. Como expresaba una estudiante en su portafolios final: «Salir de la zona de confort es importante, pero no sin ir tejiendo una red de seguridad».

Figura 3: Ejemplos de sus creaciones

Nativ@s digitales con corazones analógicos: la importancia de la piel

Las partes de dibujar, pintar, hacer cosas con las manos han sido muy buena idea.
«Se podría dedicar un poquito más de tiempo a las actividades prácticas
porque las echaba de menos y he aprendido mucho.
Fue raro hacer la relajación, pero la verdad es que me sentí bien
y mis amigas también.
El día que saltamos a la comba y luego dibujamos no se me va a olvidar.

De entre los numerosos resultados del estudio AdReaction de la compañía Kantar Millward Brown (2017), sobresalen una serie de testimonios en concreto: aquellos que dicen prestar más atención a los anuncios en las carreteras y en la televisión, que a los que aparecen en Internet o en las aplicaciones móviles. «Los anuncios 'outdoors' está muy bien diseñados y son atractivos. Es relajante mirarlos cuando estás en la carretera o esperando el bus» – Joven de la República Popular de China. Es decir, a pesar de que la generación Z es definida como la primera y genuina generación de nativ@s digitales, no podemos obviar que también, y primeramente, viven en un mundo analógico que igualmente aprecian, buscan y necesitan. En esta dirección, según Rothman (2016), el alumnado de esta generación, lejos de demandar que sus clases se llenen de pantallas, muestran gran interés por todo lo kinestésico, les encanta experimentar y aprender haciendo, y no únicamente siendo expectador@s (Rothman, 2016).

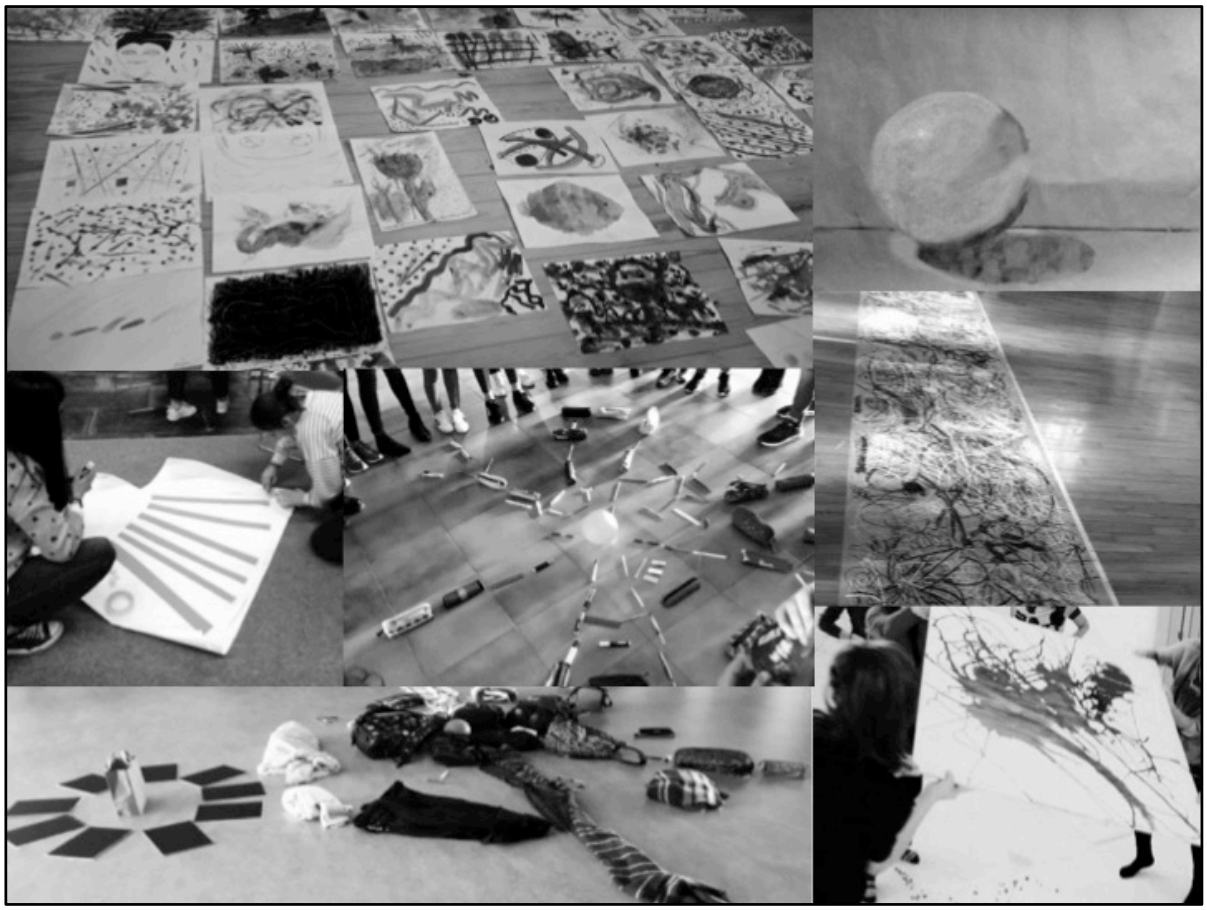
Dibujar, pintar, cortar, pegar, hacer con las manos, moverse, lanzar una pelota, ponerse en corro o saltar a la comba son algunas de las cosas que el profesor y autor de este artículo posibilita en sus clases, y de nuevo, la amplia mayoría del alumnado nos informa que lo viven de forma muy positiva – Figuras 4 y 5. Precisamente el primer día de la asignatura del primer curso, tras una breve presentación, el profesor les dice al alumnado que van a estirar, mientras proyecta una imagen de una chica y un chico haciendo ejercicio en un parque. Numerosas caras muestran asombro, se oyen murmullos, algunas quejas de pereza, sonrisas, risitas y desconcierto. El profesor pide que se levanten de sus sillas y que, dentro de las posibilidades del aula que cuenta con mesas semiancladas al suelo, se coloquen haciendo un círculo. El profesor saca una pelota de color verde, pide a dos personas voluntarias para la pizarra y también se posiciona como parte del corro. Ahí comienza una dinámica muy sencilla en la que los y las estudiantes dirán el nombre de artistas que recuerden, –y también sus propios nombres para que el profesor les vaya conociendo–, mientras se pasan la pelota. Las personas de la pizarra irán apuntando los nombres de l@s artistas, y así se genera una primera pizarra diagnóstico que posteriormente nos desvelará las característicos de nuestros conocimientos sobre el arte.

Un mes y medio después, ese mismo grupo, tras pasar por diferentes sesiones y actividades que van desde el dibujo academicista al carboncillo, a jugar con manchas de acuarela, realizar cadáveres exquisitos, composiciones geométricas y crear proyectos artísticos grupales como los comentados en el anterior apartado, llegan a la última sesión en la que el profesor les propone hacer una breve actividad de relajación. Se les invita a que cierren los ojos e individualmente tomen consciencia de su respiración, posición corporal y del hilo de pensamientos que cruzan por sus cabezas. Anteriormente, el grupo ha debatido sobre el uso de los mandalas en las escuelas, viendo ejemplos y también conociendo la tradición tibetana en la que los mandalas son destruidos tras su elaboración, –cuestión que les llama poderosamente la atención. Así, tras esa corta actividad de relajación, el profesor pide al grupo salir a uno de los descansillos de la universidad con sus estuches en mano y, sin mediar palabra, comienza a realizar un mandala en el suelo cuyo centro es la pelota verde que les ha acompañado a lo largo de las clases. De nuevo, tras unos instantes de desconcierto, parte del propio alumnado también coloca diferentes materiales de sus estuches ampliando el mandala. La sesión termina con un aplauso sordomudo, cada cual recoge sus lápices, bolígrafos, etc. y el mandala desaparece del descansillo. A pesar del gran reto que les supone esta actividad a numerosas personas, también les deja buenas sensaciones, especialmente entre las chicas y l@s estudiantes internacionales que dan muestras de agradecimiento. El profesor es perfectamente consciente de las dificultades que hay en este tipo de actividades, especialmente en esta última, pero desde la primera sesión hasta el cierre del módulo con el mandala, el grupo y él han ido generando una confianza mutua que lo ha hecho posible.

De nuevo, lejos de ser una ocurrencia particular de este profesor, existen numerosas experiencias similares, docentes e investigadores que llevan a cabo y reflexionan sobre la importancia del hacer con las manos, del juego y de relajación en las aulas (Ergas, 2014; Moyles, 1990; Young, 2002). Uno de los referentes de mayor legado es la maestra y pensadora Maxime Greene (2005) quien propone que, además de incentivar la mirada crítica sobre los *«constructos sociales»,* retomemos el *«estar aquí y ahora»,* tanto de manera individual como buscando la *«simultaneidad de un vivido presente común»*. En sus propias palabras:

> En toda visión social defendible, la felicidad es tan importante como la claridad y el consenso, o, como otros han dicho, el amor es tan importante como la lógica. [...] Obviamente, no estoy diciendo que baste simplemente con danzar y reír. Lo que sí digo es que me parece importante dejar que se libere la energía que permite un contacto familiar con todo y con todos [y] el valor de esa energía está muy relacionado con la posibilidad de incluir las artes y las humanidades en nuestros programas pedagógicos. (Greene, 2005, p. 104)

Figura 4: Imágenes de clase



A modo de conclusión y retos presentes

Los y las futuras maestras de educación infantil y primaria mayoritariamente pertenecen hoy a la generación Z, una generación particularmente rica y compleja, al igual que los tiempos y contextos que estamos viviendo. Su formación sobre arte y educación posibilita una gran variedad de contenidos teórico/prácticos y de experiencias igualmente diversas que pueden atender, tanto a sus propias características generacionales en tanto que estudiantes, como a su formación como docentes del mañana. Diferentes estudios realizados en el ámbito empresarial y de la publicidad (Francis y Hoefel, 2018; Kantar Millward Brown, 2017; Montaña Blasco, 2018; y Martínez, 2018) han dibujado un perfil sobre esta generación no exento de polémica, principalmente por el tiempo que dedican a Internet y a sus *smartphones*; pero también esperanzador, debido a su visión de la diversidad, la igualdad y la sostenibilidad. Docentes e investigador@s como Cilliers (2017), Csobanka (2016) y Rothman (2016), han planteado una serie de cuestiones a tener en cuenta en la formación de esta generación, y que fundamentalmente coinciden con la conclusión compartida por el estudio de la compañía Kantar Millward Brown (2017): si queremos conectar con est@s jóvenes debemos crear contenidos y metodologías atractivas, visuales e interactivas. En palabras de la propia Cilliers:

> El profesorado debe reflexionar crítica y creativamente, y ofrecer un ambiente en el aula igualmente crítico y creativo. Generar el ambiente propicio es crucial. Nuevos diseños y disposiciones en las aulas, mesas que puedan girarse y así mejorar la interacción y el trabajo cooperativo, la inclusión de tecnologías interactivas, e incluso excursiones y actividades al aire libre, deberían ser formas para esta nueva manera de pensar en la formación universitaria. (Cilliers, 2017, p. 195)

En una dirección similar, basándose en la propia experiencia tanto que estudiante, docente e investigador, el autor de este artículo propone que la labor/creación docente se focalice en el «cómo», «para qué», «para quiénes» y «en qué situación». En definitiva, intentar hacer un uso inteligente de todo lo que se tiene al alcance, sea tecnológico, analógico, moderno o postmoderno, aparentemente ridículo o profundamente serio, y ponerlo al servicio de aprendizajes emancipadores y holísticos en el que las y los propios estudiantes sean protagonistas en acción. De nuevo es pertinente traer las palabras de Maxime Greene para subrayar y expandir la idea de que:

> El profesorado que sea suficientemente imaginativo como para tener presentes la heterogeneidad de la vida social y la llamada 'heteroglosia' (o multiplicidad de discursos) de lo cotidiano, [será quien pueda] sentir un fuerte impulso y quizá abrir caminos que conduzcan a mejores formas de enseñanza y de vida. (Greene, 2005, p. 26)

Ciertamente nunca se dijo que la labor docente fuera fácil, y quizás menos en los tiempos actuales. Por lo tanto, tras todo lo expuesto hasta el momento, también es de suma relevancia señalar un reto que el profesor y autor de este artículo todavía no ha conseguido encarar de manera exitosa: la capacitación lectora del alumnado universitario de esta generación Z, su comprensión, y habilidades de síntesis y relación. De hecho, tanto en las clases presenciales como en las encuestas de satisfacción docente, su alumnado le ha comunicado que en las asignaturas hay: «Bastantes lecturas, largas y complicadas». Según el estudio llevado a cabo por Rothman (2016), esta circunstancia está estrechamente relacionada con el déficit de atención que está repercutiendo a diferentes ámbitos y que, poco a poco, también está afectando a la sociedad en general. Los datos nos informan de que la media de tiempo que est@s jóvenes pueden estar concentrad@s es de 7/8 minutos de forma presencial, mientras que en Internet es aún menor. La misma autora señala a la hipertextualidad en la red como causa principal, ya que en un solo *click* se puede enlazar información sin la necesidad de leer todo el texto, de ahí que el «*keyword hunting*» (la caza de palabras clave) sea su principal manera de leer y buscar información. En principio, esta clase de hábitos no debiera ser negativa *per se*, pero cuando son los únicos que se ejercitan de manera mecánica, todo indica que las dificultades de comprensión lectora de cuestiones complejas y su reflexión están incrementando entre el futuro profesorado de infantil y primaria. Sin caer en la alarma ni en sensacionalismos, es inminentemente necesario afrontar las realidades en su totalidad, probar diferentes estrategias, valorar, revisar y seguir probando para ir más allá de las limitaciones expuestas. Como se comparte a lo largo del presente artículo, en esta labor también será importante establecer alianzas con l@s propi@s jóvenes, y usar el humor, lo visual y la creatividad de toda la comunidad educativa.

Figura 5: Imágenes de clase

Referencias

Aguirre, I. (2015) «Hacia una narrativa de la emancipación y la subjetivación desde una educación del arte basada en la experiencia». *Docencia*, 57 (XX), pp. 5-15.

Arakistain, X. (2015) *Guerrilla Girls 1985-2015*. Matadero-Madrid; Centro de Creación Contemporánea.

Bamfort, A. (2006) *The Wow Factor. Global research compendium on the impact of the arts in education*. London, Waxmann.

Becker, C. (1997) «The Artist as Public Intellectual», en Giroux, H. y Shanon, P. (Eds.) *Education and Cultural Studies: Towards a Performative Practice*. NY/London, Roudledge, pp. 13-24.

Burr, V. (2003) *Social constructionism*. USA, Canada & London, Routledge.

Cilliers, E.J. (2017) «The challenge of teaching generation Z». *People: International Journal of Social Sciences,* 3 (1), pp. 188-198, DOI: 10.20319/pijss.2017.31.188198.

Csobanka, Z.E. (2016) «The Z Generation». *Acta Technologica Dubnicae,* 6 (2), pp. 63-76, DOI: 10.1515/atd-2016-0012.

Duncum, P. (2002) «Visual Culture Art Education: Why, What and How». *International Journal of Art & Design Education*, 29, 1, pp. 14-23..

Eisner, J. (2003) «Artistry in Education». *Scandinavian Journal of Educational Reseach*, 47 (3), pp. 373-384. DOI: 10.1080/00313830308603

Ergas, O. (2014) «Mindfulness in education at the intersection of science, religion, and healing». *Critical Studies in Education*, 55 (1), p. 58-72, DOI: 10.1080/17508487.2014.858643

Francis, T. y Hoefel, F. (2018) *'True Gen': Generation Z and its implications for companies*: https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies [Consultado 29 octubre 2019].

Greene, M. (2005) *Liberar la imaginación. Ensayos sobre educación, arte y cambio social*. Barcelona, Graó.

Hall, S. (2016) *Cultural Studies 1983. A Theoretical History*. USA, Duke University Press.

Hargreaves, A. (1994) *Profesorado, cultura y posmodernidad (cambian los tiempos, cambia el profesorado)*. Madrid, Ediciones Morata,

Hernández, F. (2007) *Espigador@s de la cultura visual: Otra narrativa para la educación de las artes visuales.* Barcelona, Editorial Octaedro.

Huerta, R. y Alonso-Sanz, A. (ed.) (2017) *Entornos informales para educar en artes*. Valencia, Universidad de Valencia.

Jáuregui, E. y Fernández, J. D. (2009) «Risa y aprendizaje: el papel del humor en la labor docente». *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 23 (3), pp. 203-215.

Jové, G. (2014) «"Artistry" en formación de maestros y la docencia como arte», en Sancho, J., Correa, J. M., Giró, X. y Fraga, L. (coord.). *Aprender a ser docente en un mundo en cambio. Simposio internacional*. Barcelona, Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona, pp. 113-119. http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/50680 [Consultado 29 octubre 2019].

Jové, G. y Betrian, E. (2012) «"Entretejiendo encajes" entre la universidad, los centros de arte y las escuelas». *Arte, individuo y sociedad*, 24 (2), p. 301-314.

Kantar Millward Brown (2017) *AdReaction: Engaging Gen X, Y and Z*: http://www.millwardbrown.com/adreaction/genxyz/ [Consultado 29 octubre 2019].

Levin, D. (2019) *Generation Z: Who They Are, in Their Own Words*: https://www.nytimes.com/2019/03/28/us/gen-z-in-their-words.html [Consultado 29 octubre 2019].

Martínez, N. (2018) *La generación Z es autodidacta, sensible con el medio ambiente y adicta a la tecnología:* https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2018/133-generacion-z.html [Consultado 29 octubre 2019].

Montaña Blasco, M. (2018) «La nueva generación Z: conectada, pragmática y familiar». *COMEIN - Revista de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación,* http://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero77/articles/nueva-generacion-Z-conectada-pragmatica-familiar.html [Consultado 29 octubre 2019].

Mora, R. y Quintana, I. (2010) «Risa y terapias positivas: moderno enfoque y aplicaciones prácticas en medicina». *Revista de Psiquiatría y Salud Mental*, 3 (1), pp. 27-31, DOI: https://doi.org/10.1016/S1888-9891(10)70006-9

Moyles, J. R. (1990) *El juego en la educación infantil y primaria*. Madrid, Ediciones Morata.

Rothman, D. (2016) «A Tsunami of learners called Generation Z»: http://www.mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf

Sancho, J. M., Correa, J. M., Giró, X. y Fraga, L. (coord.) (2014) *Aprender a ser docente en un mundo en cambio. Simposio Internacional*. Barcelona, Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona, http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/50680 [Consultado 29 octubre 2019].

Snaza, N. y Weaver, J. A. (ed.) (2015) *Posthumanism and Educational Research*. NY, Routledge.

Steinberg, S. R. y Kincheloe, J. L. (2005) *Kinderculture. The Corporate Construction of Childhood*. NY, Westview Press.

Storey, J. (2002) *Teoría cultural y cultura popular*. Barcelona, Octaedro.

Trifonas, P. P. y Jagger, S. (ed.) (2019). *Handbook of Cultural Studies and Education*. NY, Routledge.

Vidiella, J., Ventura, M. y Hernández, F. (2004). «Más allá de Lucian Freud. La experiencia del cuerpo en sociedad». *Cuadernos de Pedagogía*, núm. 332, pp. 68-70.

Weimer, M. (2002) *Learner-centered teaching: Five key changes to practice.* San Francisco, Jossey-Bass.

Young, M. R. (2002) «Experiential Learning=Hands-On+Minds-On». *Marketing Education Review*, 12 (1), pp. 43-51, DOI: 10.1080/10528008.2002.11488770

Ensenyant sobre art i educació a la generació Z de futurs i futures mestres

Resum: El futur professorat d'educació infantil i primària pertanyen majoritàriament a la generació Z, una generació particularment rica i complexa, igual que els temps i contextos actuals. La seva formació sobre art i educació possibilita una àmplia varietat de continguts teòric/pràctics i d'experiències igualment diverses que poden atendre, tant a les seves pròpies característiques generacionals en tant que estudiants, com a la seva formació com a docents del demà. El present article presenta una sèrie de qüestions que entrellacen els resultats de diversos estudis de mercat i de la publicitat al voltant de la generació Z, amb la pròpia pràctica docent universitària del seu autor, i aportacions de diferents perspectives i corrents educatives desenvolupades en l'últim segle, com l'aprenentatge centrat en l'alumnat. L'article conclou assenyalant, no només indicis del conegut com a bones pràctiques, també experiències per a continuar revisant, i reptes presents i futurs.

Paraules clau: Formació del professorat, art, educació, educació artística, generació z, nadius digitals, aprenentatge centrat en l'estudiant.

L'enseignement de l'art et de l'éducation à la génération Z de futurs instituteurs et institutrices

Résumé: Les futurs enseignants de la maternelle et du primaire appartiennent majoritairement à la génération Z, une génération particulièrement riche et complexe, en phase avec les temps et les contextes actuels. Grâce à leur formation en art et en éducation, ils sont en mesure de dispenser une grande variété de contenus théoriques/pratiques et d'expériences également diverses, aussi bien de par leurs propres caractéristiques générationnelles en tant qu'étudiants, que de par leur formation en tant que futurs enseignants. Le présent article aborde une série de questions articulées autour des résultats de diverses études de marché et de la publicité qui entoure la génération Z, par rapport à la propre pratique pédagogique universitaire de son auteur et aux contributions de différentes perspectives et courants éducatifs développés au cours du dernier siècle, comme l'apprentissage centré sur les élèves. Pour conclure, l'article souligne non seulement des indices de ce qu'on appelle des bonnes pratiques, mais aussi des expériences qu'il faut continuer de réviser, ainsi que des défis présents et futurs.

Mots clés: Formation des enseignants, art, éducation, éducation artistique, génération Z, natifs numériques, apprentissage centré sur l'étudiant.

Teaching art and education to future teachers from Generation Z

Abstract: Future kindergarten and primary school teachers mostly belong to Generation Z, a particularly complex group living in a complex era. Their training in art and education creates a wide variety of theoretical and practical lessons, and equally diverse experiences, that can correspond either to their own generational features as students or to their training as the teachers of tomorrow. This article presents a series of issues that bring together the results of marketing and advertising studies featuring Generation Z and the author's own university teaching practice, and contributions from different perspectives and educational trends established in the last century such as the student-centred learning approach. The article concludes by providing indications of what are known as good practices, and also ways of meeting present and future challenges.

Keywords: Teacher training, art, education, arts education, Generation Z, digital natives, student-centred learning.