



UNIVERSITAT
JAUME·I

APRENTATGE A TRAVÉS DEL DISSENY DEL PACKAGING I LA IMATGE VISUAL D'UN PRODUCTE. UNA PROGRAMACIÓ PER A SECUNDÀRIA.

Màster Universitari en Professor/a d'Educació
Secundària Obligatòria i Batxillerat, Formació
Professional i Ensenyaments d'Idiomes

Autora: Macarena Blasco Granell
Tutor: Marc Riber Giner
Especialitat: Arts plàstiques i visual

AGAIMENTS

Agrair als meus companys del màster i ara amics, que m'han acompanyat i ajudat durant tot aquest curs fins a l'últim moment, dels quals he après a aprendre i he compartit noves i boniques vivències.

També al meu tutor per guiar-me i ajudar-me durant el desenvolupament d'aquest projecte a pesar de les adversitats actuals.

Per últim, agrair a la meua família i als amics, els quals sempre han estat aquí per a donar-me suport, guiar-me i animar-me durant aquest procés.

RESUM

En aquest treball de Fi de Màster, el que es pretén és realitzar una programació didàctica de l'assignatura d'Educació plàstica i visual i audiovisual, dirigida als alumnes de 3º de la E.S.O, de l'institut de Jaume I de Borriana.

La proposta correspon, segons les tipologies establertes en la normativa de Treball Final de Màster, a la Modalitat 3, Planificació i/o programació curricular.

Les Unitats didàctiques es dissenyaran a partir del lema "el packaging", i tot i que serà un projecte anual, en aquest cas, desenvoluparem la programació curricular del segon semestre.

El projecte consistirà a realitzar un disseny o redisseny d'una marca de producte i el seu packaging, el qual no sol deu complir la finalitat de protegir, sinó que deu contenir elements visuals que permetran presentar el producte baix un aspecte el més atractiu possible.

A partir d'aquest, els alumnes rebran un aprenentatge pràctic, on es treballaran tots els continguts de l'assignatura com poden ser; la imatge i el seu missatge, les formes, els volums i el color entre altres, de manera que els estudiants assoliran diversos conceptes al voltant d'un mateix treball.

Durant tot el procés, a partir de diferents activitats proposades, desenvoluparan la creativitat, a llegir i transmetre un missatge visual d'un producte i aprendran a treballar en equip.

Paraules clau: "unitat didàctica", "packaging", "imatge", "comunicació", "secundària".

RESUMEN

En este trabajo de Fin de Máster, lo que se pretende es realizar una programación didáctica de la asignatura de Educación plástica y visual y audiovisual, dirigida a los alumnos de 3º de la E.S.O, del instituto de Jaume I de Burriana.

La propuesta corresponde, según las tipologías establecidas en la normativa del Trabajo Fin de Máster, a la Modalidad 3, Planificación y/o planificación curricular.

Las Unidades didácticas se diseñarán a partir del lema "el packaging", y aunque será un proyecto anual, en este caso, desarrollaremos la programación curricular del segundo semestre.

El proyecto consistirá en realizar un diseño o rediseño de una marca de producto y su packaging, el cual no solo debe cumplir el fin de proteger, sino que debe contener elementos visuales que permitirán presentar el producto bajo un aspecto lo más atractivo posible.

A partir de este, los alumnos recibirán un aprendizaje práctico, donde se trabajarán todos los contenidos de la asignatura como pueden ser; la imagen y su mensaje, las formas, los volúmenes y el color entre otras, de manera que los estudiantes alcanzarán varios conceptos en torno a un mismo trabajo.

Durante todo el proceso, a partir de diferentes actividades propuestas, desarrollarán la creatividad, a leer y transmitir un mensaje visual de un producto y aprenderán a trabajar en equipo.

Palabras clave: "unidad didáctica", "packaging", "imagen", "comunicación", "secundaria".

ABSTRACT

In this Master's project, in which it is intended to carry out a didactic programming of the subject of Plastic and Visual and Audiovisual Education, addressed to the students of the 3rd year of E.S.O, at the Jaume I high school of Burriana.

The proposal corresponds, according to the typologies established in the regulations of Treball Final de Màster, to Modality 3, Planning and / or curricular programming but it could be considered too a proposal for educational improvement because of its novel content.

The Didactic Units will be designed from the motto "the packaging", and although it will be an annual project, in this case, we will develop the curricular programming for the second semester.

The project will consist of carrying out a design or redesign of a product brand and its packaging, which must not only fulfill the purpose of protecting, but must also contain visual elements that will allow the product to be presented as attractive as possible.

The students will receive a practical learning and will be worked on all the contents of the subject, such as; the image and its message, the forms, the volumes and the color among others, so that the students will reach various concepts around the same work.

During this process, through different activities, they will develop creativity, read and transmit a visual message of a product and learn to work cooperatively.

Keywords: "didactic unit", "packaging", "image" "communication", "high school".

IMAGENS CLAU



Figura 1. FOTO INDEPENDENT. Pedro Sandrini. Font: Pexels.



Figura 2. FOTO INDEPENDENT. Caixa i botelles Coca-cola. Ellymlacy. Font: Pexels.



Figura 3 . FOTO INDEPENDENT. Caixa i botelles Coca-cola. Autora.(2019) Packaging per a lámpada de peu.

INDEX

Resum, Resumen, Abstract i imatges clau.

1. INTRODUCCIÓ	1
1.1. Justificació	2
1.2. Motivació .	3
2. CONTEXTUALITZACIÓ	4
2.1. Entorn	4
2.2. Reserca de referents	5
2.3. Louis Cheskin	6
2.4. Neuromarketing	7
3. MARC TEÒRIC	8
3.1. El Disseny	9
3.2. El Packaging	9
3.2.1. Tipus de packaging	12
3.2.2. Funcions bàsiques del packaging	15
3.3. Llenguatge de les formes	16
3.4. Llenguatge dels símbols	17
4. DISSENY METODOLOGIC	19
5. OBJECTIUS	21
6. PROPOSTA DIDÀCTICA	22
6.1. Unitats didàctiques	22
6.2. Temporalització	47
6.3. Materials i recursos	48
6.4. Avaluació	49
7. CONCLUSIONS	50
8. BIBLIOGRAFIA	52

ANNEXES

1. INTRODUCCIÓ

Naixem envasats i morim embalats. La nostra vida està innoxerablement unida a aquest xicotet univers dels envasos, del que moltes vegades es parla quan ens referim als residus urbans o a la possible contaminació que produeixen. Oblidem que els elements bàsics amb els quals es conta per a organitzar la logística i el transport de mercaderies d'un lloc a l'altre són, precisament els envasos i els embalatges. ¿Podríem imaginar-nos un món sense envasos? (Cervera, 2003, p.15)

Partint de la premissa del fet que no podríem viure en un món sense envasos, es desenvolupa una xicoteta investigació sobre el packaging, la seua funcionalitat, la forma, la imatge que ens transmet i la importància que té en les nostres vides.

Es considera que és un tema passat, actual i futur, i que com a tal, pot ser un bon tema de motivació per a desenvolupar les unitats didàctiques a impartir en les classes d'Educació plàstica i visual a partir de les metodologies de projectes.

1.1.JUSTIFICACIÓ

Durant la meua estança en pràctiques, he pogut apreciar que moltes vegades els alumnes estaven poc motivats amb l'assignatura d'Educació plàstica i visual, o directament se centraven a realitzar de manera ràpida el treball que manava la professora, amb la finalitat de realitzar l'entrega i rebre una nota sense tenir la intenció d'aprendre verdaderament. Això es deu al fet que estan poc motivats amb l'assignatura, perquè consideren que aquesta no els serà útil per al seu futur, per a seguir estudiant o per la seua vida del dia a dia.

Molts alumnes opinen que és l'assignatura divertida, en la que es pot parlar i que et distrau de les altres amb més carrega. Per aquest motiu, també és escollida com a optativa per molts estudiants perquè tenen la idea inculcada de què és fàcil d'aprovar, sense valorar la verdadera importància que pot tindre per al seu futur i aprenentatge.

D'aquesta manera, després de l'observació a l'aula, considere que és molt important que s'utilitzen tots els recursos que tenim al nostre abast per a transmetre els continguts de les assignatures de la manera més pràctica possible i sempre enllaçant-la amb vivències i

amb el seu ús fora de l'aula.

Els recursos escollits per a transmetre els continguts de l'assignatura seran els recursos gràfics, la imatge de producte, el packaging, la marca i l'evolució de la comunicació i significat del llenguatge visual fins a l'actualitat. Així es podrà fer veure als alumnes que tots eixos recursos artístics o moviments pictòrics repercuteixen en la societat, que no sols es queden en obres d'art, sinó, que eixos recursos són utilitzats en l'actualitat per molts mitjans de comunicació, cartelleria, fotografia, disseny de producte i que depen de com s'utilitzen intenten transmetre un missatge o un altre i que hem de ser conscients quin és, sobretot en la societat de consum actual.

**Tal i com diu José Gimeno Sacristán,
“Tot pensament, tota proposta, el
projecte que ens guia, qualsevol acció
que emprendrem cobren més sentit quan
els fem en relació amb idees, motius i
pràctiques més englobats.”
(Gimeno Sacristán, 2018, p.9)**

1.2. MOTIVACIÓ

Comparant els llibres d'Educació plàstica i visual, (Soler Martínez, Basurco de Lara, & Rodríguez Gutiérrez, 2015) que utilitzava la meua tutora per al curs actual amb el meu llibre de plàstica, (Diez, Rodríguez, 2003) de quan era menuda, he observat que pràcticament els continguts i la manera d'explicar-los són idèntics, és a dir, els recursos emprats per a impartir la matèria no han variat.

Per tant, hauríem de formular-nos la següent pregunta:

¿Com podem estar ensenyant una assignatura que evoluciona amb el pas del temps de la mateixa manera després quinze anys?

Vinc del món del disseny, el que m'ha fet veure que de menuda no vaig aprendre suficient sobre la imatge visual i tot el llenguatge ocult que hi ha darrere d'un disseny.

En l'actualitat, estem cada vegada més rodejats d'imatges, de productes i d'informació i per tant, considere que aquest aprenentatge és necessari, perquè tota persona ha de tenir uns coneixements bàsics per a saber afrontar els missatges que rebem constantment en el nostre voltant per a no ser manipulats.

Per aquest motiu, el que pretenc és posar en pràctica a l'aula els meus coneixements adquirits durant la carrera, adaptant la programació curricular i transmetent als alumnes els continguts de l'assignatura proposant activitats a partir del disseny que ens envolta.

**“L'art deu ser vist com una ferramenta que ens permeta comprendre el món en el qual vivim.”
(Martínez, 2018)**

2. CONTEXTUALITZACIÓ

2.1. ENTORN

L'IES Jaume I es troba a la Plaça Sanchis Guarner, al sud del municipi de Borriana, Castelló. En ell es pot cursar tota l'E.S.O i els dos cursos de Batxillerat de les especialitats de Ciències Humanes i Socials i Ciències experimentals i de la salut. També s'imparteixen els següents cicles formatius de Formació Professional: Graus Mitjà i Superior d'administració de sistemes informàtics, el grau mitja i superior de Comerç i Màrqueting (implantant el curs 2009/10), el Grau Mitjà de Fusteria i Moble (2016/17) que pretén donar continuació al Grau superior d'Art Faller i Construcció d'Escenografies (2012).

Està compost per 96 professores i professors i 700 alumnes que provenen principalment dels centres d'educació primària inscrits l'institut; el CEIP Penyagolosa i el CEIP Francesc Roca i Alcalde, situats a Borriana, i el CEIP Pintor Sorolla, situat a Les Alqueries.

En setembre de 2017 comença el procés de posada en funcionament i implantació del programa ABP (Aprenentatge Basat en Projectes) en els grups d'alumnes de 1r d'ESO. La inversió en noves tecnologies exigida per aquesta nova metodologia docent és sufragada en gran part

per les donacions de diverses empreses de l'entorn de l'institut.

Com ja hem nomenat anteriorment, la programació didàctica en concret estarà destinada als alumnes de 3r d'E.S.O de l'assignatura d'Educació plàstica i visual i audiovisual, decisió presa arrel de les pràctiques curriculars del Màster Universitari en Professor/a d'Educació Secundària Obligatoria i Batxillerat, Formació Professional i Ensenyaments d'Idiomes de la Universitat Jaume I, realitzades a aquest centre on he pogut observar de primera mà les metodologies utilitzades en aquesta assignatura.

Per altra banda, m'anime a realitzar la proposta didàctica a aquest centre perquè durant la meua estada de pràctiques del màster, vaig poder observar que era un centre disposat a escoltar propostes de millora i a fer canvis sempre que aporten una millora educativa i que contribuïska a un millor rendiment acadèmic dels seus alumnes.

2.2. RECERCA DE REFERENTS

Durant la recerca d'informació realitzada per a desenvolupar la programació didàctica, no he trobat cap exemple de realització de projecte a l'aula a partir del packaging en el curs de 3r de l'ESO. No obstant, si he trobat un treball sobre el packaging, realitzat amb alumnes de 1r de batxillerat que consistia en el "Disseny packaging de caixa de bombons" (Artkostka, 2015), activitat totalment apta per aplicar-se al alumnat de 3r de l'E.S.O. Això si, amb un procés més llarg per a assolir els conceptes previs necessaris.

També, s'ha de tenir en compte que com que no ha estat permès anar a la biblioteca a causa de l'Estat d'alarma, no s'ha pogut realitzar una investigació més exhaustiva per saber si hi ha més exemples sobre projectes d'aquest tipus i sobre investigació del disseny i tindre més exemples a banda de la recerca realitzada per internet.

No obstant això, s'ha utilitzat com a referent el llibre "Dibujo: artes plásticas y visuales. Investigación, innovación y buenas prácticas" on es té d'exemple la unitat didàctica aplicada «Del juego del arte al arte del juego» que consisteix en la realització d'un joc de taula amb fins formatius. Aquest tipus d'unitat didàctica pretén assignar conceptes i procediments per eixos en funció de l'adequació a un plantejament

significatiu, en el que als alumnes assimilen la plàstica com un mig de transmissió de sensacions, sentiments, pensaments, etc. de projecció del seu món interior i de la manera de relacionar-se amb l'entorn social, i no com a un fi en si mateix, sent més d'acord amb l'expressivitat de l'art actual, enfront del culte anterior a la forma i la bellesa en si. (Esquinas i Sánchez, 2011)

Per altra banda, també s'han tingut com a referents a Andy Warhol artista plàstic, William Lever empresari o Louis Cheskin investigador, del qual mostrarem la seua teoria en el punt següent.

2.3. LUIS CHESKIN

Tal com comenta (Borja Dousdebés, 2012), la imatge d'un producte s'ha de veure intacta i atractiva, per aquest motiu en la seua construcció s'inverteix molt de temps, darrere del qual hi ha un gran equip per a aconseguir-ho. L'envàs ocupa el primer lloc i s'ha convertit en la "imatge del producte", ja que és l'envàs el que marca la diferència i no el contingut.

Segons diu Louis Cheskin, dos productes similars sense embalatge no es distingeixen, de la mateixa manera, que un mateix producte amb un embolcall diferent pot crear respostes emocionals totalment oposades. (Borja Dousdebés, 2012)

Louis Cheskin (1907-1981) era un psicòleg mercadotècnic, un pioner en l'estudi de les reaccions emocionals dels envasos.

En els anys trenta, per a estudiar la resposta emocional dels envasos, va introduir en dos embalatges idèntics un mateix producte, un d'ells estampat amb cercles i l'altra amb triangles. A la gent no és preguntada res dels envasos, sols quin producte preferien i per què.

Es va trobar que vuitanta per cent escolliren la caixa amb cercles, destacant la seua major qualitat en comparació a l'envasat en la caixa amb triangles. Cheskin declarà que li costava

creure els resultats obtinguts amb una mostra de 200 individus, però després de verificar novament amb 1000 individus, no va tindre més remei que acceptar l'evidència de què els consumidors "transfereixen sensacions" des de l'envàs a l'interior.

Aquest fenomen el va anomenar "transferència de sensacions", i afirmava que l'envàs pot arribar a exercir una gran influència en el saber de les galetes, en com netegen els sabons o com és d'agradable una cervesa en veure-la.

Anys després, en 1981, apareixien dues reflexions que haurien de tenir-se'n compte a l'hora d'investigar el disseny d'un envàs:

- Els consumidors realment no distingeixen entre el producte i l'envàs (molts productes són envasos i molts envasos són productes).
- Els consumidors s'identifiquen i s'associen emocionalment als productes, i no de forma racional. (Cervera, 2003, p.54-55)

2.4. NEUROMARKETING

Per al marketing, el sentit visual representa un dels més significatius elements d'estudi, a causa del paper fonamental del record de la imatge, la publicitat, els envasos, els productes, els símbols, les marques, els logotips. S'han realitzat nombrosos estudis respecte als significats dels colors per a les persones, els quals han corroborat l'existència de sensacions i associacions entre aquests.

El marketing, amb les ganes de satisfer les necessitats del consumidor, va acudir a la neurociència, cosa que va donar origen al neuromarketing, és a dir, van donar un nou enfocament per analitzar el comportament del consumidor.

El neuromarketing és per definir com l'aplicació de les tècniques de la neurociència al marketing. El seu objectiu és conèixer i comprendre els nivells d'atenció que mostren les persones a diferents estímuls. D'aquesta manera es pretén explicar el comportament de les persones des de la base de la seua activitat neuronal.

La finalitat de l'ús d'aquestes tècniques en marketing és buscar l'eficàcia en les decisions. Esbrinar a què estímuls les persones presten més atenció i quines no influeixen directament en el comportament de la persona. (MGlobal, 2014)

Tal com afirma Tec Empresarial (2010), per al

neuromarketing, la comprensió del procés perceptiu és fonamental, ja que el que entén el client es transforma en la realitat. Les percepcions determinen la visió que tenim del món i d'aquesta visió es derivaran comportaments, molts dels quals són de gran utilitat per a les organitzacions.

Per aquest motiu, interessa conèixer com ocorre aquest procés, sobretot resulta important per al marketing, i per això acudeix a la neurociència per a analitzar-lo en l'àmbit dels sentits. És possible relacionar el camp de la neurociència amb el marketing per adaptar els productes, serveis, missatges, envasos entre altres, a la realitat que perceben els clients. De manera que la percepció és el procés per al qual un individu selecciona, organitza i interpreta estímuls per entendre el món en forma coherent i amb significat.

3. MARC TEÒRIC

En aquest apartat es parlarà breument sobre el disseny, l'evolució del packaging, la seua importància en l'actualitat i els seus usos. També sobre els missatges que ens transmeten tenint en compte el seu llenguatge a través dels símbols i les formes.

3.1. EL DISSENY

¿Qué es el disseny?

El disseny està present en totes les coses que ens rodegen, en la forma de les nostres cases, en la disposició de l'espai interior, dins del frigorífic, en la manera de realitzar les compres o d'entendre'ns i divertir-nos, en la facilitat amb què ens traslladem d'un lloc a un altre. El disseny és un mètode de vida perquè la gent visca millor, i amb una visió més plena i lliure. Això sempre ha sigut així, no és una disciplina nova a pesar de començar a tindre més rellevants en la dècada dels vuitanta, nomenada la "la dècada dels dissenyadors".

Entenem que els objectes no sols es caracteritzen per ser útils i estèticament bells, sinó, que també posseeixen un simbolisme i són un mitjà de comunicació per a expressar maneres de vida, estils, aspiracions, il·lusions, etc.

Una gran majoria de la població considera que el disseny no influeix en els seus interessos. L'enorme diferencia, és que el disseny toca la vida de tots des del bressol fins a la tomba. (Cano, 2005)

3.2. EL PACKAGING

¿Qué es el packaging?

Extret de diferents fonts (Alcón, 2014), (Esteban, 2020), (Suárez, 2013) es pot dir que es la ciència, l'art i la tecnologia d'inclusió i protecció dels productes per a la distribució, emmagatzematge, venda i ús.

El nom packaging, és un anglicisme i significa literalment empaquetat, en l'actualitat no està inclòs en el diccionari de la Reial Acadèmia Espanyola (RAE) però s'utilitza amb molta freqüència, sobretot dins del món del disseny i marketing.

També podem dir, segons l'article (Camuñas, 2017) que els envasos són una ferramenta de marketing molt potent a la qual moltes vegades no rep la importància que es mereix.

Més enllà dels aspectes funcionals del packagings que són; contenir, conservar i protegir els embalatges informen i venen, ja que per al consumidor sol ser un element diferenciador a l'hora d'escollir un producte. Davant l'excés de marques i ofertes d'un mateix producte els

compradors agafen el producte que més els crida l'atenció, el més tractiu, és a dir, el que entra pels ulls.

Un bon packaging és segurament l'element que fa més perdurable la imatge de la marca d'un producte. Aspectes com la seua funcionalitat, que siga reutilitzable i que el seu disseny siga atractiu són essencials perquè l'envàs es convertisca en un valuós afegit del producte final. (Suárez, 2013)

Els envasos han desenvolupat diferents papers importants al llarg de la història. Amb l'evolució de la societat els envasos han canviat i s'han adaptat als temps, reflectint els nous requisits i característiques sobre aquests.

Avui en dia, els envasos són els encarregats de ficar-se a l'interior de la ment de la gent, de manera que el consumidor siga atret per formes curioses i colors cridaners amb la finalitat d'aconseguir vendre un producte. (wikipedia, 2012).

Fent un breu resum de la història (Alcón, 2014) podem dir que des dels inicis l'home utilitzava envasos naturals de tota classe per contenir els seus aliments. Alguns s'obtenien d'animals com pells o banyes i altres eren vegetals com son tronc d'arbres, cocos, petxines marines entre altres. Més tard, aplegaren els recipients de metall, ceràmica i el vidre.

A partir d'ací, començaren a utilitzar-se les cistelles, pròximes a les que utilitzem en l'actualitat.

Amb l'entrada de la revolució industrial s'inicia un canvi en el pensament de les necessitats dels consumidors; es volta un pot de cristal de melmelada i també els primers aliments en llaunes soldades a mà.

“Més enllà de la seva primigènia funció, els envasos han instituit una potent dimensió comuni-cativa” (Colet, 2014)..

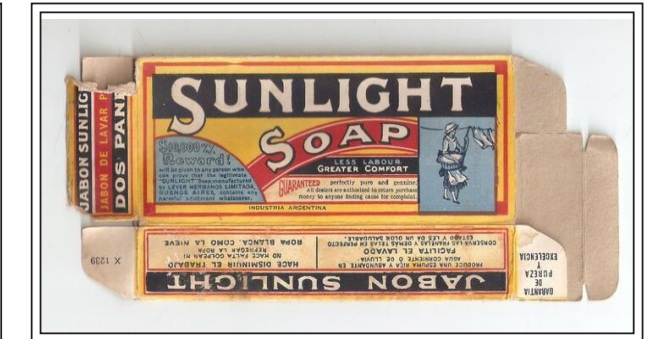


Figura 4. CITA VISUAL. (1885). Publicidad de Jabón Sunlight. William Lever. Fuente: <https://www.envasados.es/el-packaging-en-la-historia/>

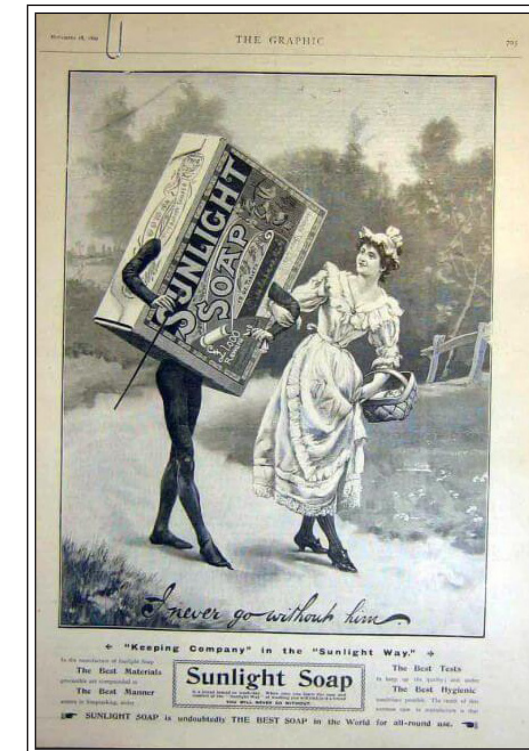


Figura 5. CITA VISUAL. (1899). Publicidad de Jabón Sunlight. William Lever. Fuente: <https://www.staffcreativa.pe/blog/packaging-historia-evolucion/>

Els inicis del packaging es remunta a 1885 quan l'empresari william Lever decideix envasar el seu sabó baix una marca comercial Sunlight donant-li d'una personalitat innovadora i amigable aconseguint així diferenciar-se de la resta de competidors de l'època.

En 1890, s'inventa la primera caps de cartó. Ja en el segle XVI en la Xina s'utilitzava el cartó, però no va ser fins aquest any quan Robert Gair, un impressor i fabricant de paper en Brooklyn, inventa la caps de cartó.

En els anys 30, l'evolució i els avanços tecnològics van portar noves tècniques d'impressió i estampació que permetien reproduir en els envasos i embalatges il·lustracions i logotips, que revolucionaren el consum de diversos productes.

Els consumidors començaren a exigir major qualitat dels envasos, fet que va provocar que els fabricats tingueren el repte d'emocionar als seus clients amb un simple embolcall i així tenir èxit davant la competència. Però hi hauria d'esperar fins que finalitzara la 2a Guerra Mundial amb l'aparició de l'autoservici, perquè l'embalatge adquirira la importància comercial que té avui en dia. (Envasadosaterceros, 2018)

Des de llavors fins a l'actualitat, han seguit sorgint molts avanços que han revolucionat el consum del producte. Cada vegada són grans les exigències pel que fa a qualitat, aspecte i funcionalitat perquè el mercat cada vegada és més competitiu. (Esteban, 2020)

Seguint amb l'article de Carolina Estevan (2020), l'envàs convida al consumidor a comprar el producte i li dona tota la informació que necessita, com ja s'ha comentat anteriorment és una de les majors ferramentes del marketing: aporta informació a simple vista sobre el preu, el tipus de públic al qual va destinat i altres connotacions com poden ser; si és saludable, si és clàssic, d'oferta, etc.

Una altra cosa que influeix als envasos, és que en els últims anys, ha canviat la consciència social i els estils de vida fan que el consumidor siga més conscient de l'acumulació de plàstics i de l'ús de materials nocius, per tant, el material preferit per a la seua fabricació és el paper i el cartó gràcies a la seua sostenibilitat, imatge i funcionalitat.

D'allò que s'està segur és que els envasos i embalatges seguiran evolucionant i canviant quant a qualitat, disseny, tecnologia i innovació, gràcies a la nova era dels Smart Packaging o envasos intel·ligents. (Envasadosaterceros, 2018)

3.2.1. TIPUS DE PACKAGING

Depenen del producte i de la seua distribució, els envasos es poden classificar segons la funció a la qual van destinats. A continuació anomenem aquesta classificació de funcions segons ens indica la Directiva 94/62/CE:



Packaging primari: és l'envàs que està en contacte directe amb el producte que emmagatzema, per tant, el disseny és un punt fonamental per a poder diferenciar-se de la competència.

Figura 5. FOTOGRAFIA INDEPENDIENT. Bodi, O (2019). Kunon, disseny realitzat per a Folks.



Figura 6. FOTOGRAFIA INDEPENDIENT. Autora (2020). Producte Garnier "BB Cream".

Packaging secundari: aquest tipus d'embalatge transporta un o altres productes al seu interior. En aquest cas, el disseny també és important, ja que envolta al producte i estaria en contacte directe amb el consumidor. Són dos embalatges distintes que conformen un tot.



Figura 7. FOTOGRAFIA INDEPENDIENT. Racool_studio. Font: Freepik.

Packaging terciari: l'envàs de tota la vida, és la típica caps de cartó que agrupa el conjunt de caixes secundàries amb la intenció de poder ser manipulats de manera massiva, emmagatzemats o transportats. Aquest sol tenen la finalitat de protegir el packaging de disseny, per tant, no són importants des del punt de vista del branding corporatiu.

3.2.2. FUNCIONS BÀSIQUES DEL PACKAGING

Tal com diu (Cervera, 2003) actualment el manteniment d'una marca no recau sols sobre una empresa de publicitat, hi ha diverses alternatives que fan que la marca cobre un major protagonisme. Una d'elles és el disseny d'envasos (packaging design), que persegueix la retenció i el significat de la imatge de la marca, l'atracció a partir de codis de signes i colors i la posterior compra i el diàleg amb el comprador.

Les principals funcions que ha de complir el packaging són:

- **Identificar** de forma immediata un producte.
- **Diferenciar** respecte als productes de la competència.
- **Informar** al consumidor sobre els avantatges i beneficis del producte que conte.
- **Incrementar** la venda del producte
- **Fidelitzar** al consumidor.

Segons el fundador de Tetra pak, Dr. Ruben Rausing, "un envàs deu estalviar més del que costa" (Cervera, 2003). També deia que "Fer alguna cosa que ningú més ha fet abans és realment complicat" (Tetra-pak, 2002).

3.3. LENGUATJE DE LES FORMES

En la personalitat dels envasos entra en joc un element fonamental: la forma. Aquesta ha de tenir en compte els aspectes tècnics del producte que imposen nombroses restriccions, ja que aquests aspectes influeixen en la manera de fabricar, omplir, tancar, etiquetar i finalment, per l'ús al qual està destinat i que li donarà el consumidor.

La forma es un factor important dins de la funció informativa de un envàs perquè es un element clau que et permet identificar una marca i a més deu ajudar a establir una relació amb el producte.

Cal saber que la forma no és l'única característica d'un producte que aporta sensació de volum. El disseny gràfic pot també proporcionar efectes considerables. Si una figura ocupa, d'un extrem a l'altre, tota la cara d'un envàs de cartó pareixerà molt més ample que altre de la mateixa grandària amb un dibuix més xicotet. A més la tipografia també juga un paper important, ja que depenen de la grandària de les lletres pot donar la sensació que l'envàs és més gran o més menut.

Depenen dels recursos que utilitzes i de quina manera, les impressions que transmeten són distintes. Per exemple, una línia té la capaci-

tat d'atraure l'atenció visual i depenen de les seues característiques produeixen un efecte o un altre. La línia recta vertical atrau la mirada cap a l'elevació i produeix equilibri, mentre que l'horitzontal produeix la sensació de calma i repòs. La línia llarga produeix un sentiment de vivacitat. La línia corba produeix dinamisme, inestabilitat i alegria. D'aquesta manera existeixen altres referents bàsics de l'expressió aplicables al disseny que ens ajuden a transmetre el missatge desitjat.

La forma d'un envàs pot influir de manera sorprenen en la impressió que rep el consumidor sobre la mida i el volum d'aquest últim. Existeixen nombrosos exemples que poden confondre al consumidor fent creure que l'envàs té més producte del que realment té al seu interior. (Cervera, 2003, p.53)

3.4. LENGUATJE DELS SÍMBOL

Quan una imatge ha de respondre a unes exigències d'informació clara i precisa, els objectes reals que representa se simplifiquen i es tilitzen els seus trets essencials. Aleshores es converteixen en pictogrames, nom amb el qual es designen de manera genèrica els signes que els antics sumeris, en les albors de la civilització, utilitzaven per a representar les coses i que essencialment consistien en el dibuix esquematitzat d'un objecte. (Cervera, 2003, p.54)

Un símbol és la representació perceptible d'una idea, on els trets i significats depenen d'una convenció social i estan relacionats amb qui ho genera. Tenen un significat més ampli i menys concret que un signe.

Actualment vivim un món replet de símbols de tota classe que ens envien missatges. La ciència que ho analitza s'anomena semiòtica, ciència derivada de la filosofia que tracta els sistemes de comunicació dins de les societats humanes, estudiant els sistemes de signes com base per a la comprensió de tota activitat humana. A més s'ha de tenir en compte que a part de ciència té un punt d'art.

D'altra banda, tal com diu l'article de (Falcó, 2015), la semiòtica és un principi clau, ja que, cada cultura tradueix els senyals de diferent

manera. Aquesta permet comprendre el significat de les coses del com, incloent-hi els colors, les formes, logotips, tipografies, els materials, els envasos o els sons.

El cervell humà està constantment utilitzant els senyals i els símbols els quals permeten traçar dreceres cognitives per aplegar a una idea sense tindre la necessitat d'explicar-la cada vegada.

La cultura juga un rol fonamental en convertir els senyals (significants) en significats codificats, rics en associacions i en valor de predicció per a tots nosaltres. Els senyals fan la vida més fàcil.

"La semiòtica distingeix entre la denotació i la connotació; entre claus o codis i els missatges que transmeten, així com entre el que és paradigmàtic i el que és sintagmàtic." (Eagleton, 1994).

També cal saber, que cada senyal necessita un context específic perquè la lectura del seu significat siga clara. El context vincula a un signe amb altres amb característiques iguals.

Quan comprem, descodifiquem els símbols que revivim en base del nostre aprenentatge. Mida, forma i material de l'envàs poden parlar de l'ús del producte; el color normalment evoca la mateixa marca i la seua categoria.

Per tant, el branding des del punt de la gestió intel·ligent, estratègia i creativa utilitza els principis bàsics de la semiòtica per a descodificar senyals i aportar un significat adequat a l'hora de construir una marca.



Figura 6. FOTOGRAFIA INDEPENDIENT. Autora (2017). Marca "Mk desing".

Segons Perez y Gandry (2013), el Branding és un anglicisme que fa referència al procés de construir una marca. Aquesta utilitza elements visuals com poden ser símbols, tipografies, color entre altres, per a donar identitat a una empresa.

4. DISSENY METODOLOGIC

Tal com diu el Decret 87/2015, de 5 de juny, del Consell, pel qual s'estableix el currículum i es desenvolupa l'ordenació general de l'educació secundària al territori valencià, els principis metodològics en què basarem la nostra activitat docent són: la motivació, que inserirà l'interès de l'alumnat en el procés d'ensenyança i aprenentatge; la investigació, principi didàctic que marca la forma de treballar com a estratègia didàctica, i el desenrotllament de la creativitat, prioritat en el llenguatge plàstic, visual i audiovisual, ja que tota activitat suposa una creació per part de l'individu.

Atendrem a la diversitat i a les característiques dels alumnes adaptant la metodologia i afavorint la capacitat de l'alumnat per aprendre per si sol i a treballar en equip. També es tindran en compte diferents ritmes d'aprenentatge, i les agrupacions en l'aula seran variables i flexibles, d'acord amb les activitats que es realitzaran.

Com per a la realització de la unitat didàctica s'utilitzarà una metodologia basada en projectes (ABP), es prioritzarà la comprensió dels continguts davant l'aprenentatge purament mecànic o memorístic. Es posaran en pràctica els nous coneixements i es comprovarà la utilitat del que han après i la manera d'aplicar-ho en altres contextos a la seua vida quotidiana.

Es pretén que l'alumnat realitze les seues re-

flexions personals i elabore les mateixes conclusions.

En aquest cas, per a començar la segona avaluació, el professor rebrà als alumnes amb diferents embalatges de producte, que els servirà per a motivar i recordar el projecte final al qual s'estan enfrontant durant l'assignatura.

En aquest punt, ja s'explicarà de manera més detallada el treball, més enfocat amb la imatge. D'aquesta manera podran veure de manera clara que totes les activitats que realitzaran a l'aula aniran relacionades a assolir conceptes per a desenvolupar un bon projecte.

Les activitats de les unitats, se centraran principalment a desenvolupar les habilitats socials enfront les imatges, envasos, anuncis publicitaris entre altres, de manera que els alumnes aprendran a ser crítics respecte als missatges que els envolten adquirint així la seua llibertat de pensament.

A més, s'utilitzarà un aprenentatge actiu, participatiu i crític facilitant l'autonomia de l'alumne, fent que els estudiants aprenguen a partir de la seua pròpia experiència, així els coneixements adquirits solen perdurar més en la memòria. També és durà a terme l'aprenentatge cooperatiu, ja que algunes activitats de l'aula es treballaran grupalment, on s'hauran

de coordinar per a resoldre les tasques.

En quant al material didàctic elaborat per a impartir les unitats a l'aula, s'utilitzaran mètodes pedagògics no escrits, principalment seran visuals.

Per últim, seguidament s'explicarà un poc més detalladament les metodologies utilitzades.

- **Aprenentatge basat en projectes (ABP):** Consisteixen que el docent presenta un projecte o problema. A partir d'aquí, l'alumne és responsable d'anar identificant el que necessita per aprendre i de buscar la informació. El paper del docent és ser guia o tutor. La seua missió és acompanyar durant el procés d'aprenentatge, resolent els dubtes o aportant fonts d'informació, suggerint idees per a mantenir la motivació dels alumnes però donant llibertat perquè aquests s'estiguen al voltant dels seus interessos, en la mesura del possible. (Castillo, 2018)
- **Aprenentatge cooperatiu:** És un ampli i heterogeni conjunt de tècniques, estratègies i recursos metodològics estructurats, en el que els alumnes i els docents treballen junts, en equip, amb la finalitat d'ajudar-se a través de mediacions entre iguals, docents, materials, recursos i altres, per a construir

el coneixement de manera conjunta. Les relacions socials i l'ajuda mútua predomina sobre la competició i la confrontació entre les persones. Es pot dir, que no hi ha un mètode d'aprenentatge cooperatiu, sinó una pedagogia de fons, una cooperació i un conjunt de recursos metodològic ampli per a dur-la a terme, que permet fer-la realitat en distints contextos escolars segons les necessitats. (Gómez, 2017)

- **Art thinking:** és una metodologia de treball que pretén canviar els paradigmes educatius actuals. Per a aconseguir-ho uneix el coneixement amb les disciplines artístiques. Es pot emmarcar l'Art Thinking com un conjunt de micrometeorologies basat en pedagògiques amb caràcter innovador que busca replantejar-se, analitzar i transformar l'entorn en el qual es treballa. Aquesta metodologia es basa en quatre principis bàsics, que són: ús del pensament divergent, un pensament no lineal que no sols pretén resoldre una sola feina plantejada, sinó donar múltiples solucions davant d'un problema; Fer un sistema pedagògic atractiu incitat a l'alumne que tinga interès a aprendre; Té'n compte que vivim en un món visual, i per tant, els alumnes i el docent deuen comprendre el món de les imatges d'on viuen i crear el seu propi coneixement. (Martínez, 2018)

5. OBJETIUS

L'objectiu que es vol aconseguir al realitzar una programació didàctica anual a partir del packaging, és que aprenguen mitjançant el món del disseny que ens envolta de manera diària, que aprenguen el seu llenguatge i que adquirisquen els coneixements necessaris per a saber interpretar-lo amb ajuda dels continguts de l'assignatura de plàstica de 3r de l'E.S.O.

En concret, per a la realització del disseny de la programació didàctica del segon semestre a desenvolupar en aquest treball s'adaptaran els continguts del Bloc 0, Blocs 1 i 2, els objectius que es proposa desenvolupar són:

Objectius generals:

- 1- Motivar als alumnes a aprendre a aprendre per altres mitjos.
- 2- Que aprenguen la evolució del packaging , imatge visual i el seu impacte.
- 3- Fer veure als alumnes que els recursos artístics són importants en l'actualitat, ja que conformen un llenguatge visual.
- 4- Que aprenguen a utilitzar els recursos artístics i que siguin capaços de llegir i entendre el significat de la comunicació visual.

Objectius específics:

- 1- Investigar sobre la identitat visual dins del disseny de producte.
- 2- Que entenguin els objectius i les exigències fonamentals que té el packaging.
- 3- Reflexionar sobre els significats de la simbologia dels colors.
- 4- Reflexionar sobre els significats de les formes i logotips.
- 5- Coneixer les tècniques de expressió artística.
- 6-Que aprenguen a exposar i explicar els seus dissenys.

6. PROPOSTA DIDÀCTICA

Tenint en compte la normativa del Decret 87/2015, el qual marca el currículum bàsic de l'Educació Secundària Obligatoria, es realitzarà una programació curricular per al curs de 3r d'E.S.O de l'institut Jaume I de Borriana, a partir de l'aprenentatge basat en projectes.

El projecte s'anomenarà "L'aprenentatge a través del disseny del packaging i la imatge visual d'un producte" al voltant del qual es desenvoluparan de manera òptima les competències i l'aprenentatge dels continguts del currículum. Tot i que el projecte serà anual, en aquest treball sols es realitzarà la programació didàctic corresponent al segons semestre, composta per quatre unitats didàctiques corresponents als blocs; Bloc 0. Transversal, Bloc 1. Expressió Plàstica i al Bloc 2. Comunicació audiovisual del currículum.

6.1. UNITATS DIDÀCTIQUES

En el punt següent, podem veure preparades les unitats didàctiques corresponents al semestre nomenat, on es distribueixen les activitats a realitzar.

UD: EL MISSATGE DE LA IMATGE



Figura 10. FOTO INDEPENDET. Autora (2016).Crist Redentor, Rio de Janeiro.

1- MOTIVACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

¿Quina importància tenen per a vosaltres les imatges?
¿cregueu que són importants?

Mostra de diferents packaging a classe.

Debat a l'aula.

CONTINGUTS

- Situacions d'interacció comunicativa.
- Elements configuratius del llenguatge visual.

RECURSOS

Preguntes.
Packagings i productes.

INDICADORS D'EXIT

- Dialoga i interactuar amb el companys.
- Conèixer les necessitats dels alumnes.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula habitual i es treballa de manera grupal.

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Observació i interacció entre alumnes i professora.
- Ficar idees en comú.

Valor 1 %

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL.0.1.Reconeixer la terminologia conceptual de l'assignatura i del nivell educatiu i utilitzar-la correctament en activitats orals i escrites de l'àmbit personal, acadèmic, social o professional.

BL.0.2.Participa en debats i exposicions de forma organitzada. Intercanvia informació.

CCLU

CAA
CSC
CEC

2-PLANCIFICACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 1: “La percepció” Carrusel d’imatges.

Activitat 2: Debat a l’aula.

CONTINGUTS

- Situacions d’interacció comunicativa.
- Valor denotatiu i connotatiu de la imatge, lectura objectiva i subjectiva.
- Elements configuratius del llenguatge visual.

3-DESENVOLUPAMENT / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 3:Explica les característiques de 5 imatges.

Activitat 4: Debat a l’aula.

CONTINGUTS

- Situacions d’interacció comunicativa.
- Elements configuratius del llenguatge visual.
- Lectura i anàlisi d’imatges.
- Anàlisi compositiu: estatisme i dinamisme, simetria, equilibri, tensió, moviment i ritme.
- Elements configuratius de l’imatge.

RECURSOS

Presentació power point amb diferents imatges.

INDICADORS D’EXIT

- Dialoga i interactuar amb el company.
- Conèixer el significat de les imatges.

RECURSOS

Imatges impreses.

Ordinador.

INDICADORS D’EXIT

- Dialoga i interactuar amb el company.
- Fa ús de un llenguatge específic i no discriminatori.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l’aula habitual i es treballa de manera individual.

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Observació i interacció entre alumnes i professora.
 - Ficar idees en comú.
 - Realització de una fitxa amb conclusions.
- Valor 1%

CRITERIS D’AVALUACIÓ

BL2.1. Llegir i analitzar imatges fotogràfiques tenint en compte els aspectes compositius, estilístics, expressius i temàtics, així com identificar la funció i finalitat del missatge que desitgen transmetre.

CCLU

CAA
CSC
CEC

AGRUPACIÓ/LLOC

En l’aula habitual i es treballa de manera grupal.

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Observació e interacció alumnes professora.
 - Ficar idees en comú.
 - Realització de una fitxa amb fotos.
- Valor 2 %

CRITERIS D’AVALUACIÓ

BL2.1. Llegir i analitzar imatges fotogràfiques tenint en compte els aspectes compositius, estilístics, expressius i temàtics, així com identificar la funció i finalitat del missatge que desitgen transmetre.

BL2.4. Identificar en les imatges visuals i audiovisuals del seu entorn els diferents llenguatges (gestual, oral, verbal, escrit, gràfic, musical i audiovisual).

CCLU

CAA
CSC
CEC
CD
SIEE

4-SINTESES / ACTIVITATS

2 SESSIÓ

Activitat 5: Recerca d'imatges que ús definixquen.

Activitat 6: Realitzar presentació.

RECURSOS

Ordinador.
Power point.

CONTINGUTS

- Reconeixement del valor expressiu de la imatge en la societat actual.
- Elements configuratius del llenguatge visual.

INDICADORS D'EXIT

- Comunicar de manera clara les idees elaborades.
- Fa ús de un llenguatge específic i no discriminatori.

5-AVALUACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 7: "L' Exposició". Explicació de que prentens que ens transmeten les imatges i perque et representen.

RECURSOS

Projector.
Presentació.

CONTINGUTS

- Utilització de recursos informàtics (fotocopiadora, escàner, càmera fotogràfica, programes informàtics) per a la creació de produccions artístiques.

INDICADORS D'EXIT

- Comunicar de manera clara les idees elaborades.
- Presentar de manera organitzada i visual i creativa del treball.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula d'informàtica i es treballa de manera individual.

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Recera d'imatges amb diferents funcions e intencions.
 - Realització d'una presentació.
- Valor 3%

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL.2.2. Fer fotografies amb diferents dispositius electrònics per a representar de manera personal idees, sentiments i emocions.
BL.2.4. Identificar en les imatges visuals i audiovisuals del seu entorn els diferents llenguatges (gestual, oral, verbal, escrit, gràfic, musical i audiovisual).

CCLU

CAA
CMCT
SIEE
CEC

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula habitual i es treballa de manera individual.

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Exposició final
- Valor 2%

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL0.7. Planificar tasques o projectes, individuals o col·lectius, fent una previsió de recursos i temps ajustada als objectius proposats adaptar-lo a canvis i imprevistos transformant les dificultats en possibilitats.
BL.2.7. Elaborar de manera cooperativa propostes audiovisuals planificant les fases del procés de treball

CCLU

CAA
CMCT
SIEE
CEC

UD: UN LENGUATGE SILENSIOS



Figura 12. FOTO INDEPENDET. Hassan, M. Font: Pixabay.

1- MOTIVACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

¿Cregeu que cada color transmet un significat diferent? ¿Perque?

Activitat 1: Presentació teòric-practica sobre el color i els seus significats.

RECURSOS

- Presentació power point.
- Projector.

CONTINGUTS

- Estratègies de comprensió oral: activació de coneixements previs, manteniment de l'atenció, selecció de la informació; memorització i retenció de la informació.
- Interpretació i aplicació de la simbologia del color: estudi del valor expressiu, representatiu i codificat del color.

INDICADORS D'EXIT

- Dialoga i interactuar amb el companys.
- Conèixer les necessitats dels alumnes.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula habitual i es treballa de manera individual.

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Observació i interacció entre alumnes i professora.
- Ficar idees en comú.

Valor 1 %

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL.0.1.Reconeixer la terminologia conceptual de l'assignatura i del nivell educatiu i utilitzar-la correctament en activitats orals i escrites de l'àmbit personal, acadèmic, social o professional.
BL.0.2.Participa en debats i exposicions de forma organitzada. Intercanvia informació.

CCLU

CCLI
CAA

2-PLANCIFICACIÓ / ACTIVITATS

2 SESSIÓ

Activitat 2: Realitza fotografies a productes, objectes, logotips, anuncis etc, que trobes al institut i analitza les sensacions psicològiques que transmeteixen.

Activitat 3: Fer una selecció de 10 imatges canviant el color i realitzar presentació fent un anàlisi.

CONTINGUTS

- Interés per descobrir aspectes visuals significatius com color i textura, de l'entorn natural pròxim, i sensibilització davant de les manifestacions del color i la llum en objectes, en la naturalesa i en ambients urbans pròxims.

RECURSOS

- Càmera o mòbil.

INDICADORS D'EXIT

- Observació de l'entorn.
- Dialoga i interactuar amb el company.

3-DESENVOLUPAMENT / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 3: Presentació de l'activitat realitzada en la sessió anterior.

Activitat 4: Debat a l'aula.

CONTINGUTS

- Situacions d'interacció comunicativa.
- Interpretació i aplicació de la simbologia del color: estudi del valor expressiu, representatiu i codificat del color.

RECURSOS

- Presentació power point.
- Projector.

INDICADORS D'EXIT

- Dialoga i interactuar amb el company.
- Conèixer les necessitats dels alumnes.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula d'informàtica i es treballa de manera grupal.

AVALUACIÓ/APRENENTATGES

- Observació i interacció entre alumnes i professora.
- Realització d'una presentació.

Valor 2%

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL.1.1. Identificar i analitzar en els objectes, les produccions i els espais de l'entorn social, cultural i artístic.

BL.1.4. Experimentar amb el color com a fenomen físic i visual amb diferents tècniques gràficoplàstiques.

BL.1.6. Crear composicions personals i col·lectives amb diferents tècniques gràficoplàstiques utilitzant el valor simbòlic del color amb diferents intencions expressives.

CCLU

CAA
CEC

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula d'informàtica i es treballa de manera grupal.

AVALUACIÓ/APRENENTATGES

- Presentació .
- Ficar idees en comú.

Valor 2,5%

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL0.7. Planificar tasques o projectes, individuals o col·lectius, fent una previsió de recursos i temps ajustada als objectius proposats adaptar-lo a canvis i imprevistos transformant les dificultats en possibilitats.

BL.0.2. Participa en debats i exposicions de forma organitzada. Intercanvia informació.

CCLU

CAA
CEC
SIEE

4-SINTESES / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 5: Realitza un retat seguint l'obra d'art de Hanoch Piven. El punt de partida, serà un autoretat d'un artista conegut. La base del retrat serà el us del color.

CONTINGUTS

- Investigació experimental per mitjà de la seua aplicació en obres gràficoplàstiques personals i en la reinterpretació d'obres d'art.
- Experimentació amb diversos materials i tècniques amb finalitats expressives.
- Ready-made: experimentació amb materials i tècniques d'improvisat ús gràficoplàstic (colorants naturals, objectes d'ús quotidià, etc.) en la creació d'obres personals o col·lectives.

RECURSOS

- Objectes quotidians.
- Materials reciclats.
- Temperes de colors.

INDICADORS D'EXIT

- Observar l'entorn.
- Utilització de materials reutilitzables.
- Interpretar un obra.
- Creativitat.

5-AVALUACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 6: Presentació del Retrat i explicació dels materials i colors utilitzats en la composició.

CONTINGUTS

- Estudi dels distints materials utilitzats en la representació gràficoplàstica. Identificació i experimentació.
- Tècniques gràficoplàstiques.
- Expressió d'idees, accions i situacions en realitzar les seues obres.

RECURSOS

- Làmina retrat.

INDICADORS D'EXIT

- Comunicar de manera clara les idees elaborades.
- Explica el procés d'elaboració.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula habitual i es treballa de manera individual

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Presentació de la làmina realitzada.

Valor 3%

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL0.6. Realitzar de forma eficaç tasques, tindre iniciativa per a emprendre i proposar accions sent conscient de les seues fortaleces i debilitats,

BL.1.4. Experimentar amb el color com a fenomen físic i visual amb diferents tècniques gràficoplàstiques.

BL.1.5. Fer mesclres binàries i ternàries, gammes cromàtiques fredes i càlides amb colors pigment i obtindre matisos.

BL.1.11. Crear propostes amb fins il·lustratius, o comunicatius determinats seleccionant les tècniques, materials (paper, fusta, cartó, materials reciclats) i suports més adequats al missatge que es pretén transmetre.

CCLU

CAA
CEC
CMCT

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula habitual i es treballa de manera individual

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Explicació la làmina.
- Exposició al hall de l'institut.

Valor 1,5%

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL0.5. Reconéixer les qualitats emotives i expressives dels mitjans gràficoplàstics i expressar emocions, sentiments i idees pròpies en fer les seues produccions disfrutant del procés de creació artística i mostrant respecte pel treball dels altres.

BL0.6. Realitzar de forma eficaç tasques o projectes, tindre iniciativa per a emprendre i proposar accions sent conscient de les seues fortaleces i debilitats

CCLU

CCLI
CAA
SIEE
CAA

UD: IDENTITAT VISUAL



Figura 11. CITA VISUAL. D' esquerra a dreta. Hassan, M. Font: Pixabay. Modificació de disney realitzat per autora (2019).

1- MOTIVACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

¿Que és la identitat visual? Per a què s'utilitza?
Realització de diferents preguntes per a conèixer els coneixements previs dels alumnes.

Activitat 1: Presentació teòric-practica sobre la forma, símbols, etc.

CONTINGUTS

- Estratègies de comprensió oral: activació de coneixements previs, manteniment de l'atenció, selecció de la informació; memorització i retenció de la informació.

RECURSOS

- Presentació power point.
- Projector.

INDICADORS D'EXIT

- Dialoga i interactuar amb el companys.
- Conèixer les necessitats dels alumnes.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula habitual i es treballa de manera individual.

AVALUACIO/APRENETATGES

- Observació i interacció entre alumnes i professora.
- Ficar idees en comú.

Valor 1 %

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL.0.1.Reconeixer la terminologia conceptual de l'assignatura i del nivell educatiu i utilitzar-la correctament en activitats orals i escrites de l'àmbit personal, acadèmic, social o professional.

BL.0.2.Participa en debats i exposicions de forma organitzada. Intercanvia informació.

CCLU

CCLI
CAA

2-PLANCIFICACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 2: Reserca d'informació de diferents símbols que apareixen en el packaging d'un producte.

Activitat 3: Explicació dels significats a l'aula.

Activitat 4: Questionari tipo test.

CONTINGUTS

- Situacions d'interacció comunicativa.
- Elements configuratius del llenguatge visual.

RECURSOS

- Diferents packagings repatits per grups a l'aula.

INDICADORS D'EXIT

- Dialoga i interactuar amb el companys.
- Conèixer diferents símbols.

3-DESENVOLUPAMENT / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 5: Presentació teòric practica dels pasos a seguir per a crear un logo.

Activitat 6: Analitzeu els logotips que porteu a la roba i a la motxilla.

CONTINGUTS

- L'observació i la investigació de camp.
- Interpretació i aplicació de la simbologia del color: estudi del valor expressiu, representatiu i codificat del color.

RECURSOS

- Presentació power point.
- Projector.

INDICADORS D'EXIT

- Conèixer les característiques dels logotips.
- Saber realitzar de manera adequada un logotip, segons la tipologia.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula habitual i es treballa de manera grupal.
Test individual

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Ficar idees en comú.
 - Realització d'una presentació.
 - Test.
- Valor 2,5 %

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL.0.2.Participa en debats i exposicions de forma organitzada. Intercanvia informació.

CCLU

CCLI
CAA

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula habitual i es treballa de manera grupal.

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Observació i interacció entre alumnes i professora.
 - Ficar idees en comú.
 - Realització de una fitxa amb fotos.
- Valor 1,5 %

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL0.5. Reconèixer les qualitats emotives i expressives dels mitjans gràficoplàstics i expressar emocions, sentiments i idees pròpies en fer les seues produccions disfrutant del procés de creació artística i mostrant respecte pel treball dels altres.

BL.1.8. Analitzar els ritmes lineals d'elements orgànics en els objectes i en composicions artístiques i crear obres gràficoplàstiques personals i col·lectives de marcada composició rítmica utilitzant els dits conceptes.

CCLU

CMCT
CAA
CEE

4-SINTESES / ACTIVITATS

2 SESSIÓ

Activitat 7: Elaboreu un logotip per a una camiseta que funcione amb 3 fons diferents.

CONTINGUTS

- Utilització de materials gràficoplàstics estudiats i els diferents suports amb fins il·lustratius, decoratius o comunicatius.
- Realització de composicions modulars, tenint en compte la proporció, l'escala i el ritme, per a aplicar al disseny gràfic, tèxtil, ornamental o arquitectònic.
- El procés de creació.

5-AVALUACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 8: Exposició a l'aula.

CONTINGUTS

- Planificació, organització i gestió del temps i els recursos.
- Realització d'imatges amb la càmera fotogràfica, tenint en compte els aspectes compositius, tècnics, estilístics, temàtics i expressius.

RECURSOS

- Llapis, paper, rotuladors.

INDICADORS D'EXIT

- Realització de fotografies
- Experimenta amb el color com recurs simbòlic i comunicatiu.

RECURSOS

- Projector.

INDICADORS D'EXIT

- Comunicar de manera clara les idees elaborades.
- Presentar de manera organitzada i visual i creativa del treball.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula d'informàtica i es treballa de manera grupal.

AVALUACIÓ/APRENENTATGES

- Esbossos a llapis.
- Logo. Dibuixa a color.

Valor 2,5%

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL.1.6. Crear composicions personals i col·lectives amb diferents tècniques gràficoplàstiques utilitzant el valor simbòlic del color amb diferents intencions expressives.

BL.1.4. Experimentar amb el color com a fenomen físic i visual amb diferents tècniques gràficoplàstiques i digitals.

BL.1.9. Dissenyar composicions modulars, tenint en compte la proporció, l'escala i el ritme, per a aplicar-les als diversos camps del disseny (gràfic, tèxtil, ornamental o arquitectònic).

CCLU

CAA
CSC
CEC
CMCT

AGRUPACIÓ/LLOC

En el Aula Grupal.

AVALUACIÓ/APRENENTATGES

- Exposició final del desenvolupament de la marca.
- Exposició al hall.

Valor 2,5 %

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL0.7. Planificar tasques o projectes, individuals o col·lectius, fent una previsió de recursos i temps ajustada als objectius proposats adaptar-lo a canvis i imprevistos transformant les dificultats en possibilitats.

BL.2.7. Elaborar de manera cooperativa propostes audiovisuals planificant les fases del procés de treball

CCLU

CAA
CMCT
SIEE
CEC

UD: COMUNICAT



Figura 13. FOTOGRAFIA INDEPENDIENT. Autora (2020). Secció cereals Mercadona.

1- MOTIVACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

¿Per a que serveis la publicitat? ¿ Quina cregeu que es la seua finalitat?

Activitat 1: Reserca de 6 cartells publicitari, 3 amb la finalitat de convencer i 3 amb finalitat informativa.

CONTINGUTS

- Busca d'informació des de diferents fonts, tant convencionals com digitals i Internet, sobre manifestacions artístiques que es treballen en el nivell educatiu, i anàlisi de les possibilitats de creació gràfica que oferixen els nous mitjans tecnològics.
- Ferramentes digitals de busca i visualització.

RECURSOS

- Imtages de cartells
- Ordinador

INDICADORS D'EXIT

- Dialoga i interactuar amb el companys.
- Conéixer les necessitats dels alumnes.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula d'informatica i es treballa de manera grupal.

AVALUACIO/APRENETATGES

- Observació i interacció entre alumnes i professora.
- Ficar idees en comú.
- Realització de una fitxa amb conclusions.

Valor 1,5%

CRITERIS D'AVUACIÓ

BL0.3. Buscar i seleccionar informació en diverses fonts de manera contrastada i organitzar la informació obtinguda, per a elaborar textos.
BL.0.4. Recercar i seleccionar informació (documents de text, imatges) a partir d'estratègies de filtrat i de forma contrastada en medis digitals como pàgines web i registra-les amb paper de forma cuidada o enviant-la digitalment.

CCLU

CCLI
CAA
CD

2-PLANCIFICACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 2: Presentació i Explicació sobre la reserca anterior.

Activitat 3: Explicació teòric-practica sobre els elemets expresius.

CONTINGUTS

- Elements configuratius del llenguatge visual.
- Identificació, anàlisi i ús del punt, la línia, la taca i el pla com a elements expressius i configuratius de les formes. L'expressivitat del punt i les seues possibilitats tonals.
- Diferenciació entre Textures.

3-DESENVOLUPAMENT / ACTIVITATS

2 SESSIÓ

Activitat 4: Realitza una composició amb la tècnica el collage amb sensació de moviment.

CONTINGUTS

- Tècniques gràficoplàstiques.
- Experimentació amb paper com a material gràficoplàstic per a crear collages matèrics o fotomuntatges .

RECURSOS

- Presentació power point.
- Projector.

INDICADORS D'EXIT

- Dialoga i interactuar amb el companys.

RECURSOS

- Llapis, paper, rotuladors, revistes, cartó, teles, etc

INDICADORS D'EXIT

- Conèixer les diferents tècniques d'expressió.
- Presentar de manera organitzada i visual i creativa del treball.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula d'informatica i es treballa de manera grupal.

AVALUACIO/APRENETATGES

- Document de les imatges trobades.
- Presentació de la làmina realitzada.

Valor 1,5%

CRITERIS D'AVLUACIÓ

BL.1.1. Identificar i analitzar en els objectes, les produccions i els espais de l'entorn social, cultural i artístic els elements configuratius de la imatge (punt, línia, taca i pla), i experimentar amb la seua expressivitat i variacions formals creant obres gràficoplàstiques.

CCLU

CMCT
CAA
CEC

AGRUPACIÓ/LLOC

En l'aula habitual i es treballa de manera individual.

AVALUACIO/APRENETATGES

- Presentació de la làmina realitzada.

Valor 2%

CRITERIS D'AVLUACIÓ

BL.1.2. Estimar la capacitat expressiva de les textures en els objectes, produccions i espais de l'entorn social cultural i artístic, i representar-la en composicions abstractes o figuratives, a través de l'experimentació.

BL.1.3. Realitzar representacions gràficoplàstiques utilitzant els elements configuratius (línies, punts, plans, taques, textures i colors) i recursos gràfics (clarobscur) de manera personal.

CCLU

SIEE
CAA
CEC

4-SINTESIS / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 5: Realitza un cartell publicitari sobre “els efectes nocius de l’alcohol” amb tècniques digitals.

CONTINGUTS

- Tècniques gràficoplàstiques.
- Experimentació amb paper com a material gràficoplàstic per a crear collages matèrics o fotomuntatges .

RECURSOS

- Ordinador.
- Plataforma : <https://www.vis-me.co/es/cartel-publicitario/>

INDICADORS D’EXIT

- Conèixer les diferents tècniques d’expressió.

5-AVALUACIÓ / ACTIVITATS

1 SESSIÓ

Activitat 6: Presentació i exposició del projecte realitzat.

CONTINGUTS

- Pensament alternatiu. Sentit crític.
- Formats de presentació.
- Expressió d’emocions bàsiques, idees, accions i situacions en realitzar les seues obres. Respecte pel treball dels altres.

RECURSOS

- Cartells Publicitaris.

INDICADORS D’EXIT

- Explica el procés d’elaboració.
- Comunicar de manera clara les idees elaborades.
- Presentar de manera organitzada i visual i creativa del treball.

AGRUPACIÓ/LLOC

En l’aula habitual i es treballa de manera individual.

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Elecció dels materials òptims per a la realització del projecte.

Valor 3%

CRITERIS D’AVALUACIÓ

BL.1.11. Crear propostes amb fins il·lustratius, decoratius o comunicatius determinats seleccionant les tècniques, materials (paper, fusta, cartó, o mitjans tecnològics) i suports més adequats al missatge que es pretén transmetre.

CCLU

CMCT
CAA
CEC

AGRUPACIÓ/LLOC

En l’aula habitual i es treballa de manera individual

AVALUACIÓ/APRENETATGES

- Exposició final del desenvolupament del cartell.
- Exposició al hall.

Valor 2%

CRITERIS D’AVALUACIÓ

BL.0.5. Reconèixer les qualitats emotives i expressives dels mitjans gràficoplàstics i expressar emocions, sentiments i idees pròpies en fer les seues produccions disfrutant del procés de creació artística i mostrant respecte pel treball dels altres.

BL.2.7. Elaborar de manera cooperativa propostes audiovisuals planificant les fases del procés de treball.

CCLU

CCLI
CAA
SIEE
CAA

6.2. TEMPORALITZACIÓ

Segons el currículum per a l'assignatura d'Educació plàstica i visual i audiovisual s'estableixen un total de dues sessions setmanals, amb un total de 20 sessions per al 2 semestre. Tenint en compte el calendari del curs escolar de l'IES Jaume I de Borriana corresponen al 2019/2020, es distribuïran les sessions tal com veure a continuació:

Desembre

Dl	Dm	Dx	Dj	Dv	Ds	Di
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Gener

Dl	Dm	Dx	Dj	Dv	Ds	Di
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Febrer

Dl	Dm	Dx	Dj	Dv	Ds	Di
						1 2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

Març

Dl	Dm	Dx	Dj	Dv	Ds	Di
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

- Sessions.
- Lliurament de notes 2ª avaluació.
- Activitats extraescolars.
- Festes i vacances escolars.

6.3. MATERIALS I RECURSOS

Per a portar a terme la programació didàctica a desenvolupar en l'aula, tant el professor com l'alumnat disposaran dels materials i recursos necessaris.

Fent referència al professor, a partir dels continguts de l'assignatura crearà els seus propis materials i recursos d'acord amb l'article 3 del Decret 87/2015 i utilitzarà de manera informativa i com a suport el llibre d'educació plàstica, visual i audiovisual de 3r de l'E.S.O.

El professor temporalitzarà al calendari escolar totes les sessions a impartir, i les tindrà preparades amb antelació. Com també facilitarà a l'alumnat tots els recursos necessaris per a realitzar les activitats de cada unitat com poden ser; presentacions, imatges digitals impreses, fitxes amb exercicis, entre altres, les quals estan desenvolupades a l'Annex 1, com ja s'ha comentat.

A més, es tindrà en compte l'aula on es realitzarà l'activitat que s'haurà de reservar prèviament, com serà el cas de les aules d'informàtica.

Pel que fa a l'alumnat, haurà de portar de manera diària el material bàsic per a realitzar l'assignatura com són; els bolígrafs, colors, bloc de dibuix i ser responsable d'aquest. També haurà de portar de manera puntual els materials necessaris que sol·licite el professor per a realitzar cada activitat o saber buscar-los en banc de materials de l'aula.

6.4. AVALUACIÓ

Quant als criteris de qualificació de l'assignatura d'Educació plàstica i visual i audiovisual, es tenen en compte els estàndars d'aprenentatge i d'avaluació establerts per la legislació, concretament pel RD 1105/2014 i el Decret 87/2015, els quals es repartiràn de la següent manera:

Treballs aula 60%	Exercicis periodics on s'aprecie les competencies adquirides, la claritat, exactitud, neteja i velocitat dels mateixos.
Exàmens 20%	Proves on s'aprecie la adquisició de competencies.
Competencies 20%	Adquirides al llarg de cada evaluació.

1ª Evaluació + 2ª Evaluació + 3ª Evaluació = Calificació evaluació final

Les unitats durant el curs escolar segons la programació de la professora del centre es treballaran de la següent manera:

- 1ª EVALUACIÓ: Unitats 8, 9, 10 y 11.
- 2ª EVALUACIÓ: Unitats 1, 2, 4 y 5.
- 3ª EVALUACIÓ: Unitats 3, 6 y 7.

Per altra banda, les rubriques, proves escrites i instruments d'avaluació que s'utilitaràn per a les correccions i puntuació de les activitats que realitzaran els estudiants es troben desenvolupades en el ANNEX 2.

6. CONCLUSIONS

Durant la realització del treball fi de màster he tingut l'oportunitat d'adonar-me que és difícil relacionar i adaptar els continguts de l'assignatura amb temes del món que ens envolta. Que és un treball costós que necessita ser analitzat detalladament per a poder realitzar les unitats amb un fil conductor, però que és totalment factible i que s'hauria d'implantar més a les aules. Considere que és una manera de motivar als estudiants, perquè aquests se n'adonen que l'aprenentatge que estan rebent té una utilitat pràctica i que els aporta uns beneficis per a la seua vida diària.

S'ha de tenir en compte que, la motivació és un punt clau dins de l'aula, per això tal com diu Cyris (1995), no es tracta de motivar als alumnes, sinó crear un ambient motivador que els permeta als alumnes motivar-se per si mateixos (Garcia & Domènech, 2002). Situació que es pretén que es done amb les unitats didàctiques creades.

D'altra banda, el tema escollit per a la realització de les Unitats didàctiques és el "packaging" perquè és un tema que conec de primera mà gràcies als coneixements adquirits durant els meus estudis universitaris. També perquè considere que és un tema que m'interessa i

m'agrada molt, la qual cosa faria que la meua actitud a l'aula fora més motivadora, característica essencial per a impartir una bona sessió i captar l'atenció de l'alumnat.

A més, tal com he après durant el màster de secundària s'ha d'internar adaptar i modificar la forma d'ensenyar als temps que corren, captant l'atenció de l'alumnat. Per tant, com aquest tema és actual, present i futur i està present en la vida diària, seria una manera de què l'alumnat s'interesse per l'assignatura d'Educació plàstica visual i audiovisual.

Concorde amb la idea de Gimeno Sacristán (2018), que troba necessari actualitzar el coneixement impartit en les aules, proposar i ensenyar de manera que es potencien les capacitats de conèixer l'alumnat de manera que és puga facilitar la comprensió ordenada del món que ens envolta en un entorn immediat, a la vegada que es contemplen les relacions complexes d'un mitjà globalitzat.

Durant el desenvolupament del treball, em centre en la Modalitat 3. Planificació i/o Programació curricular segons les tipologies establertes en la normativa de TFM, però després de la investigació realitzada puc dir que es pot

considerar que també està present la Modalitat 1. Millora educativa, ja que és un projecte innovador que no trobem de forma habitual a les aules de la E.S.O i perquè com he pogut constatar durant les meues pràctiques, he pogut identificar una àrea de millora a partir de la qual he dissenyat les unitats proposades en aquest treball.

També, m'he adonat que seria interessant que aquest projecte es poguera plantejar com un projecte interdisciplinari, ja que el tema pot englobar continguts d'altres assignatures, per aquest motiu, seguiré investigant per a poder presentar la meua proposta algun dia i poder dur-la a terme.

Per concloure, tal com diu Hugo Martínez (2018), com a futurs docents hem d'estar disposats a afrontar nous reptes, a comprendre les necessitats que puguen sorgir per a poder intervindre i oferir solucions d'èxit. Entendre el nostre entorn, comprendre les nostres emocions, generar coneixements i apostar per una cultura de l'esforç que ens ajude a superar nous reptes, reptes incerts i que no sempre seran els mateixos

**Com diu Martínez (2018),
deven adaptar l'educació
als temps moderns en el que
vivim a pesar que el sistema
tradicional és recelós dels
canvis.
(Acaso, 2013)**

BIBLIOGRAFIA

- Borja Dousdebés, M.M (2012). Publicidad sensorial: Influencia del color en la percepción del consumidor acerca de un producto, basado en experimentos de Louis Cheskin. (Trabajo fin de Grado) Quito / UIDE / 2012. Recuperat el 15 de juny de <http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/500>
- Caja Francisco, J., Berrocal Capdevila, M., Fernández Izquierdo, J.C., Fosati Parreño, A., González Ramos, J.M., Moreno Gómez, F.M., Segurado Cortés, B. (2007) La educación visual y plástica hoy: Educar la mirada, la mano y el pensamiento.
- Cano Garcia, J. (2005). El diseño gráfico en el envase y embalaje: Packaging. (Tesis doctoral): Editorial de la Universidad de Granada. Recuperat el 10 de juny de <http://hdl.handle.net/10630/6992>
- Castillo Baztán, L. (Juny 2018). Educación Plástica y Visual con Aprendizaje Basado en Proyectos. PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA 2º E.S.O. (Trabajo fin de Máster) Universidad de Navarra. Recuperat 3 de juny de <https://academica-e.unavarra.es/xmlui/bitstream/handle/2454/31008/TFM18-MPES-TEC-CASTILLO-72856.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cervera, A. L. (2003). Envase y embalaje, la venta silenciosa. Madrid: ESIC.
- COLET, J. (2014). "Producción del mensaje visual a través del packaging: un modelo conceptual para el análisis del código". Análisis. Cuadernos de Comunicación y Cultura, 51, págs. 35-48. Recuperat el 5 de juny de DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i51.2183>.
- Colet Ruz, J. (2016). La comunicación visual de los productos a través del packaging. Un estudio de caso sobre la identidad visual de las botellas de leche
- DECRETO 87/2015, de 5 de juny, del consell, pel qual s'estableix el currículum i es desenvolupa l'ordenació general de l'educació secundària al territori valencià.
- Díez de Antonio, E y Rodríguez, I. (2003). Educación Plástica y visual 3 Secundaria. Madrid: Ediciones SM.
- Dufranc, G. (2015). La comunicación del packaging. Reflexiones y análisis de comunicación mediante el diseño del packaging.

- Directiva 94/62/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 1994, relativa a los envases y residuos de envases. «DOCE» núm. 365, de 31 de diciembre de 1994, páginas 10 a 23 (14 págs.) Recuperat el 8 de juny de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-1994-82289>
- Esquinas,F., & Sánchez Zarco,M. (coords.), Añon, E. M., Bagueño,E., Barredo,F., Esquinas,F., Martínez Vázquez de Praga, M.J., Nure, S., Sánchez Zarco,mM., Sanz, A. (ed.2011). Formación del Profesorado. Educación Secundaria. Dibujo: Artes Plásticas y visuales. Investigación, innovación y buenas prácticas V.3. Editorial GRAÓ, de IRIF, S.L.
- Eisner, E. W. (2002). El arte y la creación de la muerte. El papel de las artes visuales en la transformación de la conciencia. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- García Bacete, F. & Doménech Betoret, F (Maig de 2002) Motivación, aprendizaje y rendimiento escolar. Revista: Revista electrónica de motivación y emoción, 1(0), Revista Docencia, 16. Recuperat del 10 de maig de <https://drive.google.com/a/uji.es/file/d/0B0dj9mtZ13SZeG9oQOVkOGczdFk/view?usp=sharing>
- Gimeno Sacristán, J. (2018). COLECCIÓN RAZONES Y PROPUESTAS EDUCATIVAS. CAPÍTULO I, Ya no necesitamos las ideas para legitimar las políticas. Madrid :EDICIONES MORATA, S. L.
- Marín Viadel, R & Roldán, J (2012). Metodologías artísticas de investigación en educación. Málaga: Ediciones aljibe, S.L.
- Martínez Cañestro, H. (2018). EL ARTE EN EL AULA: ART THINKING. (Trabajo fin de Grado) Universidad de Almería. Recuperat el 2 de Juliol de <http://hdl.handle.net/10835/7164>.
- Soler Martínez, I ;Basurco de Lara, E ;Rodríguez Gutiérrez, I (2015). Educación Plástica y visual 1º E.S.O Savia. Madrid: Ediciones SM.
- Gómez Gutiérrez, J.L. (2007). APRENDIZAJE COOPERATIVO: Metodología didáctica para la escuela inclusiva. Madrid: ARLEP.
- Tec Empresarial. (Noviembre 2010), NeuromarketinG: Conocer al cliente por sus percepciones. Vol 4 Num 3. Recuperat de Dialnet.unilarioja.es-artículo-3398011.

WEBGRAFIA

- Alcón, I.(29 de Juny de 2014).Cazandotendencias. ecuperat a 18 de Juny de 2020 de <https://cazandotendencias.wordpress.com/2014/01/29/breve-historia-del-packaging/>
- Camuñas, E. (7 de juny de 2017). Unirrevista. Recuperat a 10 de juny de 2020 de <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/noticias/el-packaging-el-vendedor-silencioso-y-su-influencia-en-el-consumidor/549201757206/>
- Puig Falcó, C (11 de febrer de 2015). Branderstand. El lenguaje de los simbolos en branding. Recuperat el 15 de juny 2020, de <https://branward.com/branderstand/el-lenguaje-de-los-simbolos-en-branding/>.
- Esteban, C. (6 de Febrer de 2020). Dealdos. Recuperat a 18 de Juny de 2020 de <https://dealdos.com/blog/historia-del-packaging/>
- Suárez, G. (julio 6, 2009) actualizado en (04/06/2013) .Codigo visual. Recuperat a 16 de Juny de 2020 de <https://codigovisual.wordpress.com/2009/07/06/que-es-el-packaging/>.
- Envasadosaterceros, (16 de març de 2018). Envasadosaterceros. Recuperat a 9 de Juny de 2020 de <https://www.ensados.es/el-packaging-en-la-historia/>
- MGlobal, (Decebre de 2014). Neuromarketing: En la mente del consumidor. Recuperat el 6 de juny de <https://mglobalmarketing.es/blog/neuromarketing-en-la-mente-del-consumidor-1/>
- Santa Maria, L. (11 juny de 2013). Staffcreativa. Packaging – Absolutamente todo lo que necesitas saber (Parte 1): Historia y Evolución. Recuperat a 5 de Juny de 2020 de <https://www.staffcreativa.pe/blog/packaging-historia-evolucion/>
- Pérez Porto, J. y Gardey,A. (2009). Actualizado: 2013. Definición de branding. Recuperat el 4 de juliol de (<https://definicion.de/branding/>).
- Luis (18 de març de 2016). Rúbrica para exposición oral. Recuperat el 4 de Juny de <https://connectandoeduca.blogspot.com/2016/03/rubrica-para-exposicion-oral-3-de-eso.html>

ANNEX

RUBRICA PROJECTES

Els projectes s'evaluaran d'acord amb una Rubrica general i s'afegiran aspectes segons els continguts de cada projectes.

RÚBRICA PROJECTES (COMPETENCIES)	EXELLENT	MOLT BE	BE	NECESITA MILLORAR	FALTA INTERES
	10-9	8-7	6-5	4-3	2-0
ORGANITZACIÓ, CLASSIFICACIÓ DE LES TASQUES. NETEJA I CLAREDAT.					
RELACIÓ DELS TREBALLS AMB ELS OBJECTIUS.					
DEMOSTRACIÓ DEL PROCÉS D'APRENTATGE.					
TREBALL EN EQUIP, COL-LABORATIU.					
REFLEXIÓ PERSONAL I AUTOCRÍTICA. ACTITUD RESPECTUOSA I CRÍTICA.					
CREATIVITAT I ORIGINALITAT.					
ESCRITURA CORRECTA Faltes d'ortografia, gramàtica i puntuació.	Ninguna.	2 - 4 errors.	5 - 8 errors	8 - 15 errors.	+ 15
UTILITZACIÓ DE TECNOLOGIES I RECURSOS GRÀFICS DIVERSOS E INNOVADORS.					

Tabla 1. Rubrica. (Castillo, 2018)

RUBRICA PRESENTACIONS ORALS

CATEGORIA	4 EXELLENT	3 NOTABLE	2 APROBAT	1 INSUFICIENT
PARLA	Parla amb claredat	Normalment Parla amb claredat	Parla a vegades amb claredat i altres no.	Parla molt ràpid o la pronunciació no es bona.
VOCABULARI	Vocabulari apropiat i amb les terminologies estudiades.	No defèn les paraules utilitzades.	No inclou vocabulari utilitzat a l'aula.	Frases que no son enteses per el espectador.
VOLUM	To de veu adequat i escoltat per tots.	To de veu adequat .	El to de veu no es suficient alt	To de veu dèbil e insuficient per a ser escoltat.
COMPRESIÓ	Pot respondre a preguntes plantejades a classe.	Pot contestar a la majoria de preguntes plantejades a classe.	El Sols pot contestar a unes poques preguntes.	No pot contestar a les preguntes formulades.
POSTURA I CONTANTE VISUAL	Actua amb naturalitat i mira a tots els seus companys.	Normalment manté bona postura i actua amb normalitat	Algunes vegades manté bona postura i altres no.	No actua amb naturalitat.
CONTINGUT	Demostra que ha compres totalment l'activitat el contingut del tema.	Demostra que ha compres l'activitat i el contingut del tema.	Demostra que ha compres una part de l'activitat i contingut del tema.	No pareix haver entès l'activitat i el contingut del tema.

Tabla 2. Rubrica presentació oral. (Luis,2016)

RUBRICA SIMPLE ACTIVITATS

Aquesta Rubrica genèrica per a les activitats plàstiques desenvolupades a l'aula, facilitada per el tutora durant les pràctiques curriculars del màster de secundària de la Uji.

	RÚBRICA	VALOR
1	CREATIVITAT	3-2-1-0
2	ADECUACIÓ TEMÀTICA	3-2-1-0
3	TÈCNICA EMPRADA	3-2-1-0
4	NETETAT/PRESENTACIÓ	2-1-0
5	ENTREGA NO PUNTUAL	-1

Tabla 3. Apuntes pràctiques al insitut de Borriana.

