



Mi Cultura, Mi Perspectiva

CP-04

WebQuest



WebQuest

TEMA ASIGNADO:	Mi cultura, mi perspectiva (CP-04)
TÍTULO DE LA WEBQUEST:	Todo el mundo es bello a su manera.
INTRODUCCIÓN	
<p>La belleza es un concepto importante porque es todo aquello a lo que asignamos un valor positivo, es decir, que da una sensación de agrado a uno o varios de nuestros sentidos. Así, podemos hablar de belleza a la vista, al olfato, al tacto, al gusto, al oído.</p> <p>Por tanto, la belleza también tiene que ver con el placer, es decir, con lo que nos hace sentir bien. Lo que reconocemos como bello, es agradable, nos tranquiliza, y podemos decir que nos hace vivir más serenamente. Por tanto, rodearnos de aquellas cosas que nos resultan bellas también tiene un sentido para nuestro modo de vida, porque condiciona nuestras existencias.</p> <p>El canon de belleza no sólo puede cambiar dentro de las sociedades, entre estratos sociales, sino que tampoco es estático porque evoluciona con el tiempo. Lo que se consideraba bello hace cincuenta años puede dejar de serlo hoy.</p> <p>¿Ha oído alguna vez el dicho "la belleza está en los ojos del que mira"? Significa que la percepción de la belleza es subjetiva: la gente puede tener opiniones diferentes sobre lo que es bello. Así, lo que una persona percibe como interesante, atractivo y digno de aprecio puede ser ordinario o poco atractivo para otra.</p> <p>El concepto de belleza no es único, porque no sólo puede cambiar de un individuo a otro, sino que además las distintas culturas tienen diferentes estándares de perfección, de lo que constituye la mejor belleza. Muchas personas pueden interpretar de forma diferente la "belleza" en un peinado, una curvatura del cuerpo, que otras pueden no apreciar en absoluto.</p> <p>¿Existen elementos concretos que hagan bella una forma o una imagen o la belleza está en el ojo del que mira o del que escucha? ¿Se está globalizando también el concepto de belleza?</p> <p>Todas estas son reflexiones que Rita y Marco se hacen entre ellos y con su grupo de amigos. Les gustaría abrir un negocio de peluquería, vinculado, eso sí, a un centro de belleza. Viven en una ciudad multicultural, por lo que les gustaría ofrecer como</p>	



misión un servicio de belleza que vaya más allá del estereotipo de belleza de masas que ofrecen los influencers de las redes sociales, pero que tampoco se quede demasiado anclado a una imagen tradicional. Su visión contempla que les gustaría dirigirse a una clientela que es libre de diseñarse una imagen fuera de los modelos compartidos y aceptables. Una clientela de vanguardia capaz de jugar la carta de la búsqueda personal y de una valoración más subjetiva y menos estandarizada de la imagen. Capaz de abrirse con valentía y explorar las nuevas fronteras de la belleza.

TAREAS

El perfil de la empresa de Rita y Marco se basa en la belleza como factor significativo de expresión y libertad frente a los estereotipos, que debe apoyarse en un proyecto de marketing.

La tarea consiste en crear material publicitario que pueda apoyar el innovador proyecto empresarial de estética de los dos empresarios.

Para ello, será necesario explorar el significado del término belleza en el mundo y en la época, y visitando algunas de las páginas web indicadas se pueden aprender algunos elementos.

Se puede hacer una lluvia de ideas con un grupo de amigos/colegas/clases e identificar 3/4 puntos clave que puedan relacionarse con la misión y la visión de la empresa.

Se podrían captar algunas imágenes relacionadas con las mujeres/hombres y el canon de belleza en el mundo.

Los resultados de la investigación podrían presentarse en forma de póster y/o vídeo.

PROCESO



El proceso consta de cinco pasos. En el primero encontrarás enlaces en los que podrás reflexionar sobre el concepto de "belleza" en general y hacer una valoración de los distintos significados; te ayudará a responder preguntas a un proyecto de investigación marcado.

En el segundo paso puede explorar, de nuevo haciendo clic en los enlaces, las diferencias en los "cánones de belleza" de todo el mundo y cómo la percepción de la perfección difiere entre culturas. También hay enlaces sobre diferentes estilos de peinado y maquillaje que te intrigarán y cómo algunos han cambiado con el tiempo.

En el tercer paso puede compartir sus impresiones con otros participantes. Utilizando las herramientas de colaboración en línea sugeridas, se le pide que comparta una serie de palabras clave sobre "belleza" que los contenidos de los sitios recomendados hayan estimulado en usted. Estas palabras clave le ayudarán a iniciar un debate y compartir algunos conceptos que le serán útiles en el quinto paso. En el paso 4 encontrarás enlaces en los que podrás hacer fotos sin realismo que te parezcan relevantes y sugerentes de los conceptos que has encontrado y compartido en el paso 3.

En el paso 5 puedes probar a construir un cartel publicitario con la herramienta recomendada. En el cartel podrás incluir algunos de los conceptos y fotos que tú solo, o en grupo, consideres fundamentales para apoyar una campaña publicitaria innovadora basada en un hipotético target de personas que buscan las "nuevas fronteras de la belleza", más allá de los estereotipos y la tradición. ¡Buen trabajo!

Paso 1-Reflexiona sobre el concepto de belleza consultando estos enlaces y toma como referencia la investigación realizada en los sitios web que aparecen a continuación respondiendo a las preguntas sobre belleza que aparecen en el último enlace del Paso 1.

¿Qué es la belleza?

https://www.youtube.com/watch?v=JaNav8I_wZM



40 citas de belleza que celebran lo verdaderamente bello

<https://www.rd.com/article/beauty-quotes/>

El mundo en caras

<https://www.un.org/en/exhibits/exhibit/world-in-faces>

<https://www.facebook.com/theworldinfaces/photos>

En busca de la belleza

<https://www.questforbeauty.co/>

Paso 2 Explora el concepto de belleza a través de las culturas consultando los siguientes enlaces:

Los cánones de belleza difieren en todo el mundo

<https://www.slice.ca/this-is-how-beauty-standards-differ-around-the-world-remake/>

<https://opinionfront.com/how-female-beauty-is-perceived-in-different-cultures>

<https://erietigertimes.com/1907/world/different-cultures-definitions-of-beauty/>

Percepción de la perfección y estándares de belleza en todo el mundo

<https://onlinedoctor.superdrug.com/perceptions-of-perfection/>

<https://www.youtube.com/watch?v=RT9FmDBrewA&t=9s>

<https://www.youtube.com/watch?v=6d1wP4n1Fxc>

Recorrido tradicional por los peinados de todo el mundo

<https://www.k4fashion.com/traditional-hairstyles-of-world/>



El maquillaje de la mujer a lo largo de la historia

https://www.youtube.com/watch?v=g08-_NExOX0

Paso 3. Braistorm (posiblemente en grupo) tratando de identificar 3/4 puntos clave sobre la belleza como valor. Puedes utilizar estas herramientas para la lluvia de ideas:

<https://www.mural.co/>

https://edu.google.com/intl/ALL_it/jamboard/

Paso 4- Encuentra imágenes gratuitas introduciendo la palabra de búsqueda "belleza" en:

<https://unsplash.com/it/s/foto/beauty-face>

<https://www.pexels.com/search/beauty/>

Paso 5- Ahora puede crear un cartel, combinando pensamientos e imágenes, que sea representativo del concepto de belleza de la empresa, utilizando:

<https://www.canva.com/>

EVALUACIÓN

Ahora, por favor, dé su propia evaluación: introduzca una respuesta a estas frases dando una puntuación de 1 a 5, considerando 1 como la puntuación más baja y 5 como la puntuación más alta. Marque la puntuación con una X.

He aprendido nuevos conceptos sobre el concepto de belleza: (1,2,3,4,5)

Soy más consciente de que no existe la belleza universal: (1,2,3,4,5)

Evalué que la percepción de la belleza está influenciada por la cultura en la que nacemos:(1,2,3,4,5)

Descubrí tipos de belleza que nunca había considerado: (1,2,3,4,5)

He ampliado mi perspectiva sobre los diferentes tipos de belleza en las culturas: (1,2,3,4,5)

Existen rasgos comunes entre los pueblos que pueden asociarse a la belleza: (1,2,3,4,5)



He aprendido que los ideales de belleza cambian con el tiempo y el lugar: (1,2,3,4,5)

Los medios de comunicación pueden influir en el canon de belleza: (1,2,3,4,5)

He descubierto diferentes perspectivas de los cánones de belleza: (1,2,3,4,5)

Ahora soy más consciente de lo que se considera un estándar de belleza en mi cultura: (1,2,3,4,5)

Creo que utilizaré las nociones que he aprendido: (1,2,3,4,5)

He descubierto diferentes perspectivas de cánones de belleza: (1,2,3,4,5)

¿Crees que utilizaré las nociones que he aprendido: (1,2,3,4,5)

CONCLUSIÓN

Como hemos visto en esta experiencia, la belleza es un concepto muy difícil de definir, y no es ni universal ni individual. A menudo creemos que, por ejemplo una obra de arte, es verdadera y única, y no relativa a un momento histórico, una geografía o una sociedad.

Las distintas culturas elaboran visiones específicas y distintas de lo que es la realidad, por lo que hay tantas realidades como culturas que elaboran esas representaciones de la realidad. Dentro de una realidad social, se comparte una determinada representación de la realidad. Se comparten normas, creencias, rituales, costumbres, lenguas y determinados conceptos, incluido el de belleza.

Desde las civilizaciones antiguas hasta las sociedades modernas, los artistas han escrito, dibujado y pintado sobre la belleza y lo bello. La belleza está en el centro de la humanidad, y en la sociedad actual se ha convertido en un símbolo de salud y productividad que influye en nuestras vidas. Por esta razón, muchas personas buscan alterar su apariencia para obtener las recompensas de la belleza. Hemos comprobado que las distintas culturas tienen tradiciones, reconocimientos y enfoques diferentes de la belleza. Aunque la definición de belleza suele ser universal –ser deseable y atractivo–, la percepción de esta definición varía de una cultura a otra. El sentido de la belleza varía en función de diversas variables, como la región geográfica, la tradición, la religión, la edad, el sexo y el estatus socioeconómico. Además de la percepción, las diferencias anatómicas de las personas de distintas regiones influyen en su aspecto y en su sentido de la belleza. A lo largo de esta tarea habrás visto hasta qué punto varía la percepción de la belleza entre Extremo Oriente y Occidente, lo que influye en la vida social, el comportamiento e incluso la cirugía estética.

En el pasado, la percepción de la belleza era homogénea en algunas sociedades. ¿Ha mirado alguna vez fotografías de personas de su ciudad, quizá de hace dos generaciones?



Es posible que se haya dado cuenta de que la globalización, las actividades económicas, la inmigración y los medios sociales han alterado el sentido de la belleza, especialmente en los últimos años. Las nuevas percepciones de la belleza aportan nuevas perspectivas a la estructura pública cosmopolita, por ejemplo el aumento de los casos de trastornos alimentarios en Fiyi con la llegada de la televisión (<https://digitalcollections.wesleyan.edu/object/phycfp-118>) o el mal uso de los filtros en las redes sociales (<https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2022/jan/02/is-that-really-me-the-ugly-truth-about-beauty-filters>) o los problemas de autoestima de los jóvenes (<https://www.dove.com/us/en/stories/about-dove/our-research.html>).

Es probable que tu perspectiva y la de las personas que te rodean esté cambiando. No todos somos conscientes de ello; por ejemplo, los jóvenes se adhieren a ciertos modelos pero no reflexionan que se están adaptando acríticamente a lo que los medios sociales transmiten como cultura de masas. En cambio, es crucial conocer y ser consciente de las opciones.

Probablemente este recurso haya profundizado tus conocimientos sobre las distintas percepciones culturales de la belleza y te hayas dado cuenta de cómo la cultura moldea inconscientemente nuestros estilos, nuestro sentido estético, la moda. Sean cuales sean tus ideales, incluido el relacionado con la belleza, pueden remontarse a una idea, un entorno, una sociedad. Estos ideales influyen en nuestra forma de ver el mundo, son nuestras lentes culturales, pero tenemos que aceptar que otras personas también tienen las suyas y ven el mundo con sus colores, aunque nosotros prefiramos los nuestros.

Estamos en un proceso de evolución continua y la hibridación cultural se está convirtiendo en una instantánea constante de nuestro tiempo. Piense en cuántas fotografías de "hibridación" en moda, estética, costumbres y tradiciones podría tomar en su entorno.

Los seres humanos siempre han deseado objetos bellos, pero el deseo de parecerlo está alcanzando nuevas cotas en todo el mundo. Pero si, como hemos visto, no existe un único ideal universal de belleza, ¿acaso la verdadera belleza no somos nosotros mismos? Nadie es como tú y nadie puede ser exactamente como tú: ¡esa es tu belleza!



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CQ+

De-escalating Polarisation in Europe



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

"Die Unterstützung dieser Veröffentlichung durch die Europäische Kommission stellt keine Billigung des Inhalts dar, der ausschließlich die Meinung der Autoren wiedergibt, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden." Projektnummer: 2021-BE02-KA220-ADU-000033662

Projekt-Nummer:

dante

USTANOVA ZA
OBRAZOVANJE ADULT
EDUCATION

