



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente

Convocatoria 2017/2018

Nº de proyecto 134

Título del proyecto: TALLER DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN MEDIOS DIGITALES Y FESTIVAL DE SPOTS PUBLICITARIOS DE LAS ASIGNATURAS Y LOS TFG VINCULADOS AL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN PUBLICITARIA

Nombre del responsable del proyecto: Francisco Reyes Sánchez

Centro: Ciencias de la Infomación

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad 1 (Ahora Ciencias de la Comunicación Aplicada)

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

El objetivo principal de este grupo de innovación es canalizar todas las actividades extra académicas que venimos realizando en torno a la realización publicitaria y hacerlas llegar al alumnado de la Universidad.

Situar al alumno en un entorno académico y profesional al mismo tiempo, que le capacite para afrontar con éxito los dos tipos de salidas profesionales.

Estudio y diseño de metodologías innovadoras que permitan aprendizajes más eficaces y atractivos con la participación activa del estudiante en la construcción del conocimiento.

Desarrollo de estilos de aprendizaje autónomos. Diseño de procesos activos de adquisición de competencias y capacidades para el ejercicio profesional.

Diseño y desarrollo de materiales y recursos específicos para la puesta en práctica de estas nuevas metodologías. El conocimiento de los profesores de este proyecto de innovación sobre el objeto de estudio, permite elaborar materiales y acciones específicas al nuevo campo de estudio. Lo que dará a los alumnos una gran solidez a la hora de estudiar un fenómeno tan actual como ellos.

Estudio y diseño de procesos de evaluación acordes con esta renovación metodológica.

Otras acciones de innovación educativa y mejora de la docencia y del aprendizaje.

El gran objetivo de este proyecto es ver cómo son capaces los alumnos de llevar a su campo el estudio de una materia innovadora con lo que se planteará un proceso de comprensión inicial y otro final.

2. Objetivos alcanzados

La evaluación se ha alejado de los cauces normales ya que no sólo se ha evaluado el conocimiento en el aula, sino la disposición del alumno a salir de ésta y encontrarse con un fenómeno que al que no se le dedica la suficiente atención en los planes de estudio.

Trabajos individuales, de campo y trabajos de grupo se sumaron a diversas formas de mostrar este conocimiento como se puede ver en la web creada expresamente para la exhibición de las fotografías y los spots.

Puesta en práctica de un aprendizaje basado en la simulación de las condiciones laborales de un entorno de trabajo real como medio para que los alumnos adquieran las capacidades básicas que faciliten su inserción en el mercado laboral.

Realización del primer Festival de Spots Publicitarios en el ámbito de las asignaturas "Producción y realización publicitaria" (Grado en Publicidad y Relaciones Públicas) y "Realización publicitaria" (Grado en Comunicación Audiovisual), realizado el 1 de junio de 2018, con un total de 30 spots a concurso.

Se han creado dos categorías en las que los alumnos han participado con sus trabajos: spots, reportajes audiovisuales y reportajes fotográficos publicitarios.

Los alumnos, tras haber pasado por alguna de las asignaturas a las que se dirigía el proyecto, con sus respectivas prácticas, ya tienen un training que les capacita para sacar adelante un trabajo colaborativo, un proyecto y además les forma en las competencias profesionales necesarias para el trabajo en equipo.

3. Metodología empleada en el proyecto

La metodología usada puede tener puntos en común con la que usada en cofundador de la D.School de Stanford y que presentaba en Madrid sus propuestas en enero de 2016.

George Kembel: “Se aprende haciendo, y no escuchando a un profesor” (http://economia.elpais.com/economia/2016/01/22/actualidad/1453461456_561424.html)

Sin llegar a la radicalidad de Kembel y viendo totalmente necesaria la dirección teórica de los alumnos. Comenzamos familiarizando a los alumnos con el panorama laboral de los rodajes publicitarios.

Diseño de estrategias para activar el aprendizaje a través del entretenimiento en los estudiantes

Estudio y diseño de metodologías innovadoras que permitan aprendizajes más eficaces y atractivos con la participación activa del estudiante en la construcción del conocimiento.

Desarrollo de estilos de aprendizaje autónomos.

Diseño de procesos activos de adquisición de competencias y capacidades para el ejercicio profesional.

Diseño de metodologías que aumenten el aprendizaje eficaz con el apoyo del Campus Virtual y con entornos de enseñanza online.

Desarrollo de la acción tutorial.

Trabajamos con ellos el lenguaje técnico en publicidad.

Realizamos Tratamientos y storys de realización.

Hicimos planes de rodaje y órdenes de rodaje de casos reales

Distribuimos a los alumnos en Equipos técnicos:

1. Producción
2. Realización
3. Fotografía/Cámara/ Eléctricos
4. Arte
5. Sonido
6. Maquillaje/Peluquería
7. Estilismo
8. Maquinistas, Grupo, Efectos

Y trabajamos las partes de preproducción de los spots y reportajes:

9. Localizaciones
10. Casting
11. Música
12. Referencias de vestuario
13. Referencias de arte
14. Look general
15. Animatic/maqueta
16. Bobinas
17. Timing
18. Presentación. PPM
19. Presupuesto
20. Rodaje.
21. Postproducción. Avid. Montaje, efectos, sonido.

4. Recursos humanos

Los profesores que integran el grupo son profesionales del mundo audiovisual y publicitario, con una larga trayectoria en los medios de comunicación. Además imparten asignaturas del área desde hace más de 10 años.

Alberto García es Profesor del Área de Tecnología de los Medios Audiovisuales, especializado en postproducción y con experiencia profesional en Broadcast.

Miembro fundador del grupo de investigación FONTA (Formación en Nuevas Tecnologías del audiovisual), del Departamento de Comunicación audiovisual y Publicidad I, reconocido por la UCM y la Comunidad de Madrid. Sus principales líneas de investigación son la Televisión Digital y las Nuevas Formas de Organización del Trabajo.

Línea de investigación personal: televisión digital, entornos virtuales e interacción humana Especialista en entornos digitales.

Juan García es profesor contratado doctor interino de Realización Audiovisual y Dirección Cinematográfica en el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, del año 2006 al año 2011.

Es profesor Ayudante Doctor en el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, del año 2012 al año 2015. Impartiendo las asignaturas de Dirección Cinematográfica, Dirección de Arte, Historia General de la Imagen II.

En la actualidad es profesor Contratado Doctor Interino en el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, del año 2012 al año 2016. Impartiendo las asignaturas de Dirección Cinematográfica, Dirección de Arte, Realización Publicitaria, Producción y Realización Publicitaria, Edición y Postproducción.

Líneas de investigación:

Cine y valores en los relatos cinematográficos de éxito en España

Presencia de políticos y fuerzas políticas en televisión.

Realización y postproducción de productos audiovisuales.

Norberto Mínguez Arranz es Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense desde el año 2000. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (1996) y Master of Arts por la State University of New York (1990).

Tiene reconocidos dos tramos de investigación (sexenios) y ha participado en 20 proyectos o contratos de investigación.

Ha sido Visiting Scholar en University of Southern California (2005-2006) y Profesor Invitado en University of Tennessee (2009). Ha desarrollado estancias de investigación en University of Cambridge (2010) y University of California, Irvine (2013). Es vocal del Comité de Ciencias Sociales y Jurídicas del Programa de Evaluación del Profesorado de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.

Isabel Arquero es profesora de las asignaturas: Realización radiofónica, Empresa audiovisual II: radio, Comunicación radiofónica, Historia de la comunicación publicitaria, Técnicas de locución y montaje, Teoría y técnica del sonido. Especialista en sonido y radiodifusión. Sus últimas publicaciones son “De vuelta a la ficción sonora” y “Las memorias corporativas de Atresmedia y RTVE en la red: juegos malabares para la credibilidad (2015).

Líneas de investigación:

Primaria (Cód. Unesco): 332501 - Radiodifusión, sonido y televisión

Secundaria (Cód. Unesco): 220902 – Cinematografía

Terciaria (Cód. Unesco): 591002 - Medios de comunicación de masas

Francisco Reyes Sánchez es profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I desde el curso 2000-2001

8 años acreditado como contratado doctor

13 proyectos de investigación, dos de ellos como director

2 libros publicados y 16 capítulos de libros

426 artículos en revistas no científicas

Realizador y director del programa Ritmo Urbano, de La 2 de TVE

Olga Heredero Díaz tiene una amplia experiencia como secretaria y organizadora de eventos académicos. Mejor expediente académico de CC.INF.

ARTE Y CIUDAD: Grupo de Arte, Arquitectura y Comunicación en la ciudad contemporánea. Grupo de Investigación UCM Consolidado. Personal investigador en formación (marzo 2011 –)

El Ser Creativo, Jornadas BRANDING DAYS (UCM),

Jornadas Arte y Ciudad – Encuentros Internacionales (UCM). Secretaría (2012-)

Arte y Ciudad - Revista de Investigación. Coordinación técnica (marzo 2013 –)

Gema Fernández Hoya y el alumno Mario figueiras ambos de nueva incorporación, debido al elevado volumen de trabajo con los spots del festival, han aportado un nuevo concurso de spots que incorporamos este año y que forma parte del proyecto de innovación docente:

Los estudiantes del Grado de Publicidad y RR.PP., han participado en el Programa de Innovación Docente dentro de la asignatura de Redacción Publicitaria que se imparte en el tercer curso. Como herramienta nos hemos servido del briefing que se planteaba en el Festival de Publicidad de El Sol, para concursar dentro de la sección “Jóvenes Creativos”. El reto que se les plantea desde el ámbito publicitario, al que pretenden dedicarse profesionalmente, unido al enfoque del Plan de Innovación Docente presentado, ha hecho que la participación de los alumnos sea mayoritaria promoviendo su motivación y una implicación muy alta en todo el proceso.

El briefing que se planteaba desde El Sol para jóvenes estudiantes de Publicidad de cualquier universidad, buscaba que los participantes creasen una campaña para la marca Samsung, dirigida a hombres de nivel socioeconómico medio-alto comprendidos entre los 25 y los 55 años, en la que se promocionase una lavadora de

última generación, al tiempo que se promovía la conversación social sobre el tema de la igualdad en general y del reparto equitativo de tareas del hogar en particular.

El trabajo realizado por los alumnos se desarrolló en un primer momento dentro de las clases de Redacción Publicitaria. Donde sus ideas han sido contrastadas y debatidas con sus propios compañeros, para posteriormente ser dirigidos por la profesora durante todo el proceso (redacción de los textos, tono de comunicación, montaje de las piezas y ejecución global de las mismas). Ha sido necesario para completar el desarrollo adecuado de la actividad que la grabación y realización se haya llevado a cabo fuera del horario lectivo habitual.

5. Desarrollo de las actividades

La ejecución de los proyectos finalizará en septiembre de 2018:

- OCTUBRE 2017: presentación a los alumnos del nuevo objeto de estudio y de las diversas materias.(Tarea relaizada por Juan García Crego)
- Algunos miembros del grupo acudieron a congresos nacionales e internacionales (Confoco), diversos Másters, para presentar diversas propuestas sobre el tema. (Profesores Isabel Arquero Blanco, Francisco Reyes Sánchez, Juan García Crego)
- DICIEMBRE 2017: primeros resultados del conocimiento de los alumnos sobre la materia. (Profesor Juan García Crego)
- ENERO 2018: Presentación en clase de trabajos individuales.
- MARZO 2018: Interrelación de los alumnos en actividades externas. (Profesor Francisco Reyes)
- MAYO Y JUNIO 2018: Colaboración con empresas e instituciones vinculadas con los rodajes publicitarios. (Profesor Francisco Reyes, Profesor Alberto García García)
- DE JUNIO A SEPTIEMBRE 2108: Se acudirá a congresos

Este proyecto de innovación docente ha nacido en el año 2015, pero su intención es consolidarse en años sucesivos para lograr convertirse en una forma novedosa de enseñar a los alumnos nuevos usos y formas en el mundo de la creación audiovisual.

6. Anexos

Se adjuntan fotografías de algunas de las proyecciones de los spots realizadas con los alumnos en el salón de actos de la Facultad de Ciencias de la Información















