



UNIVERSIDAD  
**COMPLUTENSE**  
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2023/2024

Nº de Proyecto 241

Arte y medio ambiente. Comunicación y arte  
contemporáneo al servicio del desarrollo sostenible

Responsable del proyecto:  
Miguel Ángel Chaves Martín

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento: Teorías y Análisis de la Comunicación

## **1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto**

El proyecto pretende establecer un espacio de trabajo para formar a alumnado y profesorado de las asignaturas de Arte Contemporáneo, Arte Español Contemporáneo e Historia de la Arquitectura Contemporánea en las áreas de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Arquitectura centrado en la creación de contenidos digitales basados en imágenes del Arte Contemporáneo, para publicar en las redes sociales con el fin de sensibilizar sobre los objetivos de la Agenda 2030. Además, los resultados obtenidos serán accesibles de manera permanente en la plataforma web activa de AC\_Innovación ([https://www.ucm.es/ac\\_innovacion](https://www.ucm.es/ac_innovacion)), vinculada a la web oficial de la UCM.

La transformación de nuestro mundo desde el compromiso de la Agenda 2030, adoptado por los estados miembros de Naciones Unidas, supone que las administraciones y organismos públicos, tienen que liderar el cumplimiento de las metas establecidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y deben poner en marcha acciones concretas que incluyen la sensibilización de la población para que toda la población se involucre. En este sentido, la comunicación y la educación juegan un papel determinante, por un lado, la constante actualización de las competencias digitales de los/as docentes, y por otro la capacitación de los/as futuros/as profesionales de la comunicación en la creación de contenidos atractivos, comprometidos/as con estos objetivos y accesibles a la población, especialmente la juvenil que asumirá las riendas de este cambio.

### **Objetivos generales:**

- Implementar actividades docentes y prácticas de carácter formativo mediante la enseñanza/aprendizaje interdisciplinar de las áreas de Comunicación y Arte.
- Potenciar el trabajo colaborativo, fomentando la interacción de docentes y estudiantes para lograr la capacitación en las tecnologías digitales mediante la creación de contenidos para redes sociales.
- Contribuir con la didáctica a la promoción de la Agenda 2030, sensibilizando en sus valores medioambientales con contenidos accesibles buscando la proyección internacional.

### **Objetivos específicos:**

- Despertar el interés del alumnado de los primeros cursos de Grado por el trabajo en grupo y la aplicación práctica de los conocimientos académicos.
- Alcanzar con las acciones comunicativas de redes al público universitario de países castellano y angloparlantes.
- Conseguir que los integrantes aprendan el proceso de creación en espacios virtuales elaborando contenidos propios que proporcionen mayor facilidad en la integración en el mercado laboral.
- Facilitar el trabajo de evaluación con foros de reflexión y la obtención de datos cuantificables con indicadores preestablecidos.

- Dotar de recursos didácticos y transferir los resultados del proyecto a través de la página web de AC-Innovación.
- Favorecer la autonomía en la creación de contenidos digitales con el fin de que el estudiantado se familiarice con las nuevas tecnologías y generación de contenidos.

## **2. Objetivos alcanzados**

El proyecto consolida la plataforma virtual de trabajo y formación para estudiantes y profesores/as (AC – Innovación. Comunicación y Arte / [https://www.ucm.es/ac\\_innovacion](https://www.ucm.es/ac_innovacion)) que contiene recursos válidos para fomentar y facilitar las labores docentes y divulgativas que se completa paulatinamente para convertirse en un contenedor de trabajos y experiencias con un claro enfoque práctico que consigue ser un lugar en el que el alumnado puede acudir a descargar y trabajar con materiales audiovisuales atractivos que fomentan la sensibilización de varios de los objetivos de la Agenda 2030, en esta primera fase centrados especialmente los numerados como 6, 7 y del 11 al 15, que inciden en la protección de la naturaleza y los mares, el agua, las energías limpias, producción y consumo responsables, ciudades amables y sostenibles, la acción por el clima, etc.

La creación de contenidos ha servido para actualizar las competencias digitales de docentes, especialmente, y la capacitación de los/as futuros/as profesionales de la comunicación en la creación de contenidos atractivos, comprometidos/as con estos objetivos y accesibles a la población, especialmente la juvenil, enfocados en las asignaturas de Arte Contemporáneo, Arte Español Contemporáneo e Historia de la Arquitectura Contemporánea en las áreas de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Arquitectura

Además, se ha fomentado la competencia del trabajo en equipo y se han aplicado técnicas pedagógicas atractivas de las que cabe destacar el aprendizaje por proyectos y, por tanto, desarrollado competencias sociales, colaborativas y prácticas para el emprendimiento y la futura incorporación en el mercado laboral de los/as estudiantes.

### 2.1. Objetivos generales:

Se han podido implementar actividades docentes, entre las que se encuentran ponencias y prácticas realizadas por el alumnado con supervisión y apoyo de las/os docentes, relacionadas directamente con la enseñanza/aprendizaje del arte de forma interdisciplinar, incluyendo la creación de contenidos digitales medioambientales en el estudio del Arte y la Comunicación que se han compartido a través de redes y plataformas virtuales.

Dado que la acción se ha llevado a cabo a través de equipos de trabajo, se ha dado respuesta a la potenciación del trabajo colaborativo entre docentes y estudiantes en el que los primeros han podido orientar especialmente en cuanto a contenidos y los segundos en cuanto a la forma y la creación de imágenes y piezas audiovisuales, desde el punto de vista tecnológico. Las acciones y el enfoque general han estado dirigidos a la concienciación medioambiental, por lo que se ha alcanzado también el objetivo general de sensibilización de la sostenibilidad y el acceso internacional debido a la capacidad de la red de superar la división de fronteras, la traducción a otros idiomas (inglés) y la consideración globalizadora de los objetivos de la Agenda 2030.

## 2.2. Objetivos específicos:

La organización de grupos de trabajo en los que se ha dado libertad de agrupación (atendiendo siempre a la integración e inclusión), sumado al establecimiento de objetivos a corto plazo alcanzables con asignación de tareas según las capacidades de cada participante, ha despertado el interés por el trabajo en grupo. El apoyo de los/as docentes en la aportación de conocimientos sobre arte contemporáneo y medio ambiente, ha permitido una aplicación práctica de estos conocimientos.

La necesidad de crear contenidos digitales para compartirlos virtualmente ha contribuido a dar cumplimiento a los objetivos relacionados con la capacitación laboral. Esta práctica como creadores de contenidos (y trabajo en equipo) aporta beneficios palpables para la incorporación al mercado laboral. La interacción con seguidores de otros países, a los que se han dirigido, ha supuesto una reflexión derivada del proceso de evaluación de respuestas, tanto a nivel cualitativo como cuantitativo (en este último caso cuando se trata de redes donde la actividad y el dinamismo son mayores).

Los contenidos digitales creados y los recursos didácticos se han integrado en la plataforma web, tal como estaba previsto, considerada como la base contenedora del proyecto de innovación, puesto que se había optado por desactivar los perfiles de redes sociales específicos si no había un compromiso firme de continuidad por parte de los/as participantes del proyecto.

Se ha trabajado mediante equipos de trabajo, la división de tareas y alternancia de estas, lo que ha facilitado que el estudiantado se familiarizase con la creación de contenidos digitales en todo el proceso, para alcanzar el cumplimiento del último de los objetivos específicos.

## **3. Metodología empleada en el proyecto**

El proyecto de innovación se ha basado en una metodología de proyectos y equipos de trabajo, si bien se ha dado libertad y un papel primordial a la creatividad individual siempre puesta en común y una valoración y reflexión por parte los/as componentes de cada equipo de trabajo. Los/as docentes han facilitado el trabajo del resto de miembros del equipo aportando fundamentos básicos relativos a iconografía y claves de la representación, enfoque y preocupación de las/os artistas plásticas/os por el medio ambiente, la sostenibilidad, el entorno natural, la contaminación, etc., en el desarrollo de la historia del arte contemporáneo dentro de los diversos movimientos artísticos, y también en la utilización de materiales, bien hayan dejado una huella nociva o lo contrario, especialmente desde que existe una concienciación más clara en las últimas décadas del siglo XX.

En cuanto a los procesos de creación de contenidos y el trabajo por equipo, se han facilitado esquemas, mapas conceptuales, plantillas de planificación del trabajo, tareas a desarrollar en cada caso, etc., si bien se ha dejado libertad al estudiantado, dentro de estas directrices, en su organización de cara a conseguir los productos creativos finales y se ha actuado entre estudiantes y docentes de forma cooperativa, colaborativa y proactiva.

En los grupos de Arte Español Contemporáneo y Arte Contemporáneo de los grados de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, así como los de máster, se ha ofrecido la posibilidad de sustituir otras prácticas tradicionales (análisis de textos, análisis de obra de arte, etc.) por un trabajo final audiovisual adscrito al proyecto de innovación.

Se ha realizado una monitorización y supervisión constante para ir adaptando los procesos, la metodología didáctica ha concluido con una evaluación final que se expuso en un foro donde se han compartido las experiencias y recogido los mensajes producidos más relevantes para hacerlos públicos en la página de AC\_Innovación, oficialmente vinculada a la UCM.

El trabajo se ha llevado a cabo según las cuatro fases previstas y distribuidas en el cronograma de trabajo del proyecto: puesta en marcha, creación de contenidos y subida a redes, reflexión / asentamiento, y evaluación / transferencia de resultados.

Además, se ha mantenido para estudiantes de fin de grado y máster la posibilidad de participar en el proyecto dedicando los esfuerzos de su TFG y TFM a incluir los planteamientos de este proyecto y compartirlos en la plataforma de innovación AC\_Research. De este modo abre la vía a su vinculación al trabajo de investigación dentro de un grupo y con un contexto más definido. Se prevé que estos trabajos puedan adecuarse para su publicación conjunta que también se subirá a la plataforma.

La inclusión de contenidos en las redes sociales X (antigua Twitter), Instagram y Facebook) se ha llevado a cabo de forma paralela a su inclusión también en la plataforma de innovación. Así, durante este curso, la plataforma se ha nutrido de contenidos relacionados con los ODS de sostenibilidad y medio ambiente de la Agenda 2030 y se pretende continuar nutriéndola con el resto de líneas de acción que se incluyen en ella.

#### **4. Recursos humanos**

##### Investigador principal:

- Miguel Ángel Chaves Martín – Universidad Complutense de Madrid.

##### Equipo docente e investigador participante en el proyecto:

- Carlos Treviño Avellaneda – Universidad Complutense de Madrid
- José Gregorio Morillas Cantero – Universidad Complutense de Madrid
- Jennifer García Carrizo – Universidad Complutense de Madrid
- Ángeles Layuno Rosas – Universidad de Alcalá
- Fernando Moral Andrés – Universidad Nebrija Madrid
- Sara Pérez Asensio – Otro

##### Estudiantes colaboradores en el proyecto:

- Laura Arribas Gallego – Universidad Complutense de Madrid
- Rosa Bleda Morcillo – Universidad Complutense de Madrid
- Lola Cifuentes Torres – Universidad Complutense de Madrid
- Marina Fernández Ramos – Universidad Complutense de Madrid

- Mar Fernández Valero – Universidad Complutense de Madrid
- Olinda Milagritos Onorio Paredes – Universidad Complutense de Madrid
- Luis Jiménez Andrés Trujillo – Universidad Complutense de Madrid
- Marta Prados Martín - Universidad Complutense de Madrid
- Alba-María Rey Blanco – Universidad Complutense de Madrid
- Joanna Estefanía Tamayo Cumbicus – Universidad Complutense de Madrid
- Lucía Villalón Casado - Universidad Complutense de Madrid
- Keyi Wang - Universidad Complutense de Madrid
- Jessica Xie - Universidad Complutense de Madrid

Se ha buscado un equilibrio entre profesores y alumnos UCM junto a profesores de otras instituciones que consideramos especialmente importantes para enriquecer y dar mayor visibilidad a la propuesta. El coordinador, investigador principal, Miguel Ángel Chaves Martín ha sido responsable de alguna de las fases descritas en el plan de trabajo junto a los otros profesores e investigadores UCM, Carlos Treviño Avellaneda y José Gregorio Morillas Cantero, y dos profesores externos, Ángeles Layuno Rosas y Fernando Moral Andrés. Todos ellos cuentan con proyectos previos de innovación docente y su asignación en las tareas de responsabilidad se ha buscado dentro de la idoneidad del perfil docente e investigador de cada uno de ellos. El equipo humano se completa con alumnos de Grado y Máster, de los primeros, la mayoría noveles de primeros cursos, pero también hay miembros con experiencia previa muy positiva en el desarrollo de alguna de las actividades prácticas realizadas en cursos pasados que han sido de gran ayuda para orientar a los debutantes.

## 5. Desarrollo de las actividades

Respetando la planificación prevista para el correcto desarrollo del proyecto y el cumplimiento de los objetivos, se han implementado las siguientes actividades en consonancia con los periodos temporales de cada fase.

- a) Primer cuatrimestre (de octubre de 2023 a enero de 2024).
  - o Primera fase (de octubre a diciembre de 2023).
    - Planificación y diseño. Definición y concreción de tareas con sus correspondientes coordinadores y participantes, organizando contenidos y procedimientos.
    - Sesiones iniciales explicativas de movimientos artísticos y su tratamiento del medio ambiente, con especial hincapié en el tratamiento del paisaje durante el siglo XIX en la pintura, el paisaje urbano, y los materiales en arquitectura y escultura.
    - Sesiones introductorias sobre comunicación digital, redes sociales, uso de inteligencias artificiales. Planificación del trabajo. Creación de grupos de alumnos/as por parejas.
    - Actividades y foros sobre la Agenda 2030 y, más concretamente, sobre la sostenibilidad, la naturaleza y el medio ambiente (objetivos 6, 7 y del 11 al 15).

- Organización de equipos y contenidos a tratar en la siguiente fase.
- Creación de un perfil en cada red social y sesiones de trabajo por equipos para el reparto de tareas.
- o Segunda fase (enero de 2024).
  - Sesiones iniciales explicativas de movimientos artísticos y su tratamiento del medio ambiente, con especial hincapié en el tratamiento del paisaje durante el siglo XIX en la pintura, el paisaje urbano, y los materiales en arquitectura y escultura.
  - Primera elaboración de imágenes y sus contenidos de texto para las tres redes sociales incidiendo en el paisaje natural del Romanticismo, el Realismo y el Impresionismo. Subida en X, Instagram y Facebook y difusión mediante etiquetas, *hashtags*, interconexión con estudiantes de otras universidades.
  - Comienzo de la creación de contenidos audiovisuales para la entrega final de proyecto.
  - Evaluación en conjunto por todo el equipo de trabajo y primeras conclusiones de las acciones llevadas a cabo desde el comienzo.

b) Segundo cuatrimestre (febrero a mayo de 2024).

Reunión global del equipo de trabajo para la redistribución de tareas y planificación del resto de meses (incluyendo visitas y otras actividades a realizar en la tercera fase).

- o Tercera fase.
  - Marzo. Foro de reflexión y sensibilización sobre medio ambiente en la Agenda 2030 realizado por los alumnos del proyecto y dirigido a las clases de Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual, con un alcance de 240 estudiantes entre todos los asistentes.
  - Abril. Continuación de la creación de contenidos y aportaciones a los perfiles de redes, incidiendo en el tratamiento de la naturaleza en los pintores desde el postimpresionismo a las vanguardias. Estudio y visitas a los centros culturales y artísticos Zapadores y Neomudéjar, para mostrar la reutilización (reconversión) de patrimonio arquitectónico industrial y militar en talleres de artistas, museo y centro de actividad artística, y su consiguiente recogida de material audiovisual para su inclusión en los perfiles de redes sociales.
  - Reflexión sobre los datos de seguimiento obtenidos.
- o Cuarta fase. Evaluación final. Transferencia de resultados.
  - Monitorización final de datos de redes, número de publicaciones realizadas y alcance.
  - Difusión en la página web y actualización de la plataforma online con la inclusión de los nuevos materiales docentes, recursos educativos y prácticas realizadas por los alumnos, con especial relevancia del visionado de los proyectos audiovisuales finales frutos de todo el curso.
  - Redacción de la memoria final.

El presente proyecto se enmarca dentro del trabajo iniciado en anteriores proyectos vinculados a la mejora y engrosamiento de recursos de la plataforma de investigación e innovación AC Research, pero además es el primero de los proyectos que abre la vía al trabajo y sensibilización sobre Agenda 2030, en este caso dedicada al área de actuación de sostenibilidad y medio ambiente, que se prevé continúe con otras áreas (igualdad, paz, etc.) y que está enfocado a la transferencia en cuanto a investigación y a la divulgación abierta a grupos sociales muy diversos. Las aplicaciones prácticas de las artes plásticas y su unión con las áreas de comunicación dan excelentes resultados en la intervención social. La participación activa del alumnado se enmarca así plenamente dentro de los nuevos criterios establecidos por el Espacio Europeo de Educación Superior, entre cuyos objetivos está la necesidad de potenciar las aptitudes y destrezas del alumno en el proceso educativo mediante un incremento considerable de su participación en el mismo, tanto en el desarrollo de los cursos como en el momento final, especialmente importante, en el que se requieren nuevos impulsos que estimulen pautas y orientaciones en el proceso a seguir. Atendiendo a las directrices del nuevo Plan, la incorporación de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) a la metodología docente universitaria se hace imprescindible para acometer el reto de la construcción de una Europa del conocimiento basada en la calidad del sistema educativo.

Desde el punto de vista cuantitativo, el proyecto se ha dirigido a un gran número de estudiantes, los miembros del proyecto forman parte del segundo curso mayoritariamente (puesto que decidieron participar cuando estaban en primero), aunque se incluyen algunos de últimos años y máster que colaboran habitualmente en este tipo de proyectos desde hace varios años. En cuanto a los alumnos con los que se han llevado a cabo labores de sensibilización de sostenibilidad y medio ambiente de Agenda 2030, se ha llegado a alrededor de 300 alumnos vinculados a los grados de Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual y Arquitectura, además de másteres de las universidades participantes. De los 300 alumnos vinculados a las asignaturas seleccionadas se ha seleccionado el 20% de trabajos y actividades de curso para su inclusión en la plataforma digital AC Innovación y en las Redes Sociales elaboradas. Al espacio de acceso libre y perfiles que han interactuado en redes sociales han acudido alrededor de 200 más, entre alumnos/as, profesores/as e investigadores/as de otras facultades y universidades, a cuya difusión contribuye también la presencia en el equipo docente de 2 Universidades de Madrid además de la propia UCM, la Universidad Nebrija y la Universidad de Alcalá de Henares.

En cuanto a los contenidos de redes sociales el alcance ha sido satisfactorio, pero no abrumador, dada la propia naturaleza de los perfiles con contenidos de historia del arte. Se han contabilizado un total de 437 interacciones, con 113 seguidores en X, 48 seguidores en Instagram y 37 en Facebook. La mayor parte de los seguidores contabilizados por los *insights* de las plataformas de Meta provenían de España (87%), pero también había de México (6%), Estados Unidos (3%) y otros países.

Desde un punto de vista cualitativo, consideramos que el proyecto ha tenido las esperadas implicaciones en la práctica de aprendizaje de los estudiantes en la adquisición de competencias, habilidades y destrezas de sus grados específicos. Capacidad de análisis y reflexión. Presencia dinámica en cada fase del proceso, como creadores, evaluadores y receptores de los materiales creados ahondando en el concepto de autoaprendizaje y enseñanza colaborativa. Integración del trabajo autónomo por una parte (estudio de

conceptos y obras) y colaborativo por otra, al formar equipos para la creación de contenidos e infografías para redes. Difusión y valoración del trabajo fuera del aula presencial, tanto en la plataforma web como en las redes sociales. En ese sentido, el estudiante ha difundido su obra, ha tenido oportunidad de testar su resultado en otros públicos (a la vez que contribuye a la transferencia científica) y ha reforzado su autoestima al sentirse útil por realizar labores altruistas que contribuyen al desarrollo social, además de encontrar un sentido pragmático en la cooperación entre Humanidades y Comunicación). El proyecto ha demostrado mejorar en las capacidades de los alumnos para la comprensión, análisis, síntesis, crítica y creatividad, a través de los modelos de cooperación, motivación y aprendizaje abierto que facilitan las herramientas y aplicaciones tecnológicas.

## **6. Anexos**

Toda la información actualizada en la web del grupo de innovación docente AC\_Innovación Comunicación y Arte

[https://www.ucm.es/ac\\_innovacion](https://www.ucm.es/ac_innovacion)