



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2020/2021

Nº de proyecto 278

Deporte universitario inclusivo y mujer

Responsable del proyecto: Juan García Crego

Facultad Ciencias de la Infomación

Departamento: Ciencias de la Comunicación Aplicada, CAP

MEMORIA FINAL

Debido a la situación de pandemia mundial, no se pudo realizar el proyecto como estaba previsto y terminó derivando en la exposición:

27 AÑOS DE BALONCESTO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN. 1992-2019

El espacio de arte de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, ha sido el lugar perfecto para la exposición dedicada a la historia del equipo de baloncesto de la Facultad. Desde 1992, año en que se modificaron las ligas organizadas y se crearon los playoff de ascenso y descenso, hasta la temporada de la pandemia: 2019-2020.

Englobado en los actos de conmemoración del 50 aniversario de la Facultad y con la colaboración del Decanato y del Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada, se trata de una exposición de 30 láminas que muestran las camisetas, zapatillas míticas, trofeos y comentarios sobre los resultados del equipo en cada una de las temporadas, con una selección de fotografías históricas. Una evolución que es también una muestra del contexto social que acompaña al deporte universitario, desde las épocas de bonanza hasta los tiempos de crisis en los que se improvisaban las equipaciones con camisetas aportadas por los propios jugadores.

1. Objetivos conseguidos

El objetivo principal de este grupo de innovación era analizar las ligas universitarias prestando especial atención al deporte inclusivo y femenino. Pero por razones obvias, una vez concedido el proyecto y en plena pandemia, con las ligas suspendidas, tuvimos que optar por reinventarnos.

La idea del nuevo proyecto surgió tras comprobar que uno de los profesores aún conservaba las camisetas de todos los años en los que había jugado en el equipo de la facultad.

Además conseguimos que formase parte también de una de las actividades del 50 aniversario de nuestra Facultad.

2. Metodología empleada en el proyecto

Contar con el material de este profesor, unido a un trabajo de investigación con la colaboración del club deportivo de la Facultad y el área de deportes de la Universidad Complutense, derivó en este repaso histórico del papel del equipo en la liga desde 1992 y de las camisetas y zapatillas utilizadas.

No contábamos con financiación para este proyecto de Innovación Docente, pero la exposición iba a costar un dinero que se nos iría en el cartón pluma de tamaño A2 (30 láminas) y las impresiones al mismo tamaño. El presupuesto total (588 euros), lo pagaron a medias entre Decanato y nuestro departamento (Ciencias de la Comunicación Aplicada).

Se hicieron los textos para cada temporada (desde la 92-93 a la 2019-2019) y se hicieron las fotografías de las camisetas de cada año en el estudio de fotografía de la

Facultad. Por otro lado se fotografiaron las zapatillas, con las que se incluyó también una pequeña historia del calzado deportivo.

Una de las alumnas se encargó de las fotografías, otra de las alumnas, del diseño gráfico y el resto del retoque fotográfico. Siempre con la supervisión del director del proyecto

3. 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 15 años.

-El profesor responsable de este proyecto de Innovación Docente es Juan García Grego, que es profesor contratado doctor en el departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Lleva siendo profesor en este centro desde el año 2006.

Impartiendo las asignaturas de Dirección Cinematográfica, Dirección de Arte, Historia General de la Imagen II, Historia del Cine, Historia del Cine Español, 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.

-Julio Blas es Licenciado en Comunicación Audiovisual por la UCM, Máster en Formación del Profesorado de Secundaria y FP en la especialidad de Procesos y Comunicación Audiovisual por la URJC y Técnico Superior en Realización de Proyectos Audiovisuales por la Escuela CES. Profesional en activo lleva trabajando desde hace más de 25 años en televisión y radio como realizador y editor. (Canal +, Cadena SER, Mediaset, Movistar+, MTV, Telemadrid). Ha impartido clases de Realización y Tecnología en la Universidad Complutense de Madrid, donde es Profesor Asociado. También ha impartido el módulo de Medios Técnicos en el Ciclo Formativo de Grado Superior de Producción Audiovisual en la Escuela CES y el Módulo de Comunicación Sostenible para el Máster de RSC y Liderazgo Sostenible de OBS Business School.

-Álvaro Giménez Sarmiento es licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), diplomado en Dirección Cinematográfica por la Escuela de la Cinematografía y el Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM), donde obtuvo el Premio Especial Fin de Carrera de su séptima promoción, y posee un Máster en Estudios sobre el Cine Español en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (URJC).

Durante años ha desarrollado una intensa actividad audiovisual que le han llevado a dirigir los cortometrajes "Pernocta" (2003, 19 premios internacionales), "Luminaria" (2004, 34 premios internacionales), "Pulse" (2013, 22 premios internacionales), "Elena Asins - Génesis" (2014, 39 premios internacionales) y "Federico" (2017, 17 premios internacionales).

Dentro de la creación audiovisual más experimental, Álvaro Giménez Sarmiento ha desarrollado proyectos para el Mircht Museum de Berlín, La Noche en Blanco, Vimcorsa y Freijó Gallery. También videoclips para autores como Francisco Nixon, Acelerados y Última Experiencia.

De forma paralela a toda esta actividad, Giménez Sarmiento también ha impartido clases de dirección, edición y postproducción cinematográfica en la Universidad

Complutense de Madrid, ECAM, Instituto del Cine, TAI y la Universidad Rey Juan Carlos.

-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

La lista de alumnos que han participado en este proyecto es la siguiente:

Pablo Pagán, estudiante de grado de Comunicación Audiovisual.

María del Carmen Losa, estudiante de grado de Comunicación Audiovisual.

Sara Laborda, estudiante de grado de Comunicación Audiovisual.

Andrea Síntes, estudiante de grado de Comunicación Audiovisual.

4. Desarrollo de las actividades

La ejecución de los proyectos finaliza al final del curso 2020-2021. Este es el timing de lo que hemos venido haciendo:

- OCTUBRE 2020: Brainstorming sobre cómo podíamos sacar adelante el proyecto en plena pandemia.

-NOVIEMBRE 2020: Idea de la expo de las camisetas y primeros contactos con el club deportivo y el área de deportes de la UCM.

- DICIEMBRE 2020: Selección del material (Profesor Juan García Crego).

- ENERO 2021: Gestión del presupuesto con Decanato y el Departamento de Ciencias de la Comunicación aplicada.

-FEBRERO 2021: Realización de las fotografías en varias sesiones.

- MARZO y ABRIL 2021: Diseño de la expo e impresiones

- MAYO Y JUNIO 2021: Exposición.

- DE JUNIO A SEPTIEMBRE 2021: Se mantendrá la misma hasta el inicio del curso que viene.

5. Anexos

Se adjuntan fotografías de la exposición y su making of















