



UNIVERSIDAD  
**COMPLUTENSE**  
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2021/2022

Nº de Proyecto 369

Arte y Comunicación. Aplicación de nuevas tecnologías en innovación  
educativa y enseñanza virtual

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**

### Objetivos Generales:

- Aplicar los recursos de los contenidos, servicios y herramientas de las tecnologías emergentes digitales a la innovación educativa en el ámbito interdisciplinar de las titulaciones de Historia del Arte, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas.
- Operar con las técnicas básicas para desarrollar actividades de enseñanza/aprendizaje en los entornos digitales.
- Incentivar el trabajo cooperativo y colaborativo facilitando la interacción didáctica de profesores y alumnos, utilizando los contenidos, servicios y herramientas tecnológicas disponibles.

### Objetivos Específicos:

- Desarrollar prácticas derivadas de la mejora y actualización de la plataforma online: elaboración de contenidos audiovisuales, redacción de textos, revisión de originales, utilizando herramientas tecnológicas para su aplicación a cada materia y a su interdisciplinariedad.
- Difundir a partir de la creación de diferentes perfiles en Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter) esta plataforma entre alumnos, profesores y otros miembros de la comunidad universitaria mejorando su visibilidad, así como en eventos y foros científicos (congresos, jornadas, seminarios) facilitando el acceso a los contenidos a alumnos y profesores de otras Facultades y Universidades.
- Organizar unas Jornadas de Innovación Didáctica donde los propios alumnos pongan en común sus trabajos y debatan abiertamente sobre ellos.
- Ofrecer la posibilidad de presentar públicamente los trabajos de investigación de los alumnos (Trabajos de Fin de Máster y de Fin de Grado, TFM y TFG) en un seminario específico, con la participación y corrección de los profesores vinculados al proyecto para su posterior publicación en la plataforma de difusión online.

## **2. Objetivos alcanzados**

El proyecto pretende consolidar un espacio virtual de trabajo y formación para alumnos y profesores (AC – Innovación. Comunicación y Arte / [https://www.ucm.es/ac\\_innovacion](https://www.ucm.es/ac_innovacion)) creada y desarrollada a partir de proyectos de innovación precedentes, como plataforma digital para actividades de innovación educativa, prácticas docentes y formación de profesorado destinada inicialmente a alumnos y docentes de las áreas de Ciencias Sociales y Humanidades dentro de las titulaciones de Grado y Máster en Historia del Arte, Publicidad y Relaciones Públicas, y Comunicación Audiovisual, pero abierta también a áreas afines para la formación, el conocimiento y la difusión de actividades y trabajos. La plataforma y sus contenidos adquieren además especial relevancia en el contexto actual en el que la enseñanza presencial se ha visto profundamente afectada por la crisis generada por el Covid-19 y la necesaria activación de la enseñanza en abierto y la docencia virtual.

De los objetivos descritos en el punto anterior se han alcanzado los siguientes:

### Objetivos Generales:

Se han podido aplicar recursos de los contenidos, servicios y herramientas de las tecnologías emergentes digitales a la innovación educativa en el ámbito interdisciplinar de las titulaciones de Historia del Arte, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, añadiendo nuevos materiales desarrollados por el alumnado y sesiones de trabajo entre profesores y alumnos, lo que ha permitido, como segundo y tercer objetivos, operar con las técnicas básicas para desarrollo de actividades de enseñanza/aprendizaje en entornos digitales, así como incentivar el trabajo cooperativo y colaborativo facilitando la interacción didáctica de profesores y alumnos utilizando los medios disponibles.

### Objetivos Específicos:

El desarrollo de prácticas derivadas de la mejora y actualización de la plataforma se centró en los alumnos de Máster en Comunicación Audiovisual para la Era Digital, dentro de la asignatura Nuevas Tendencias Artísticas en el Audiovisual Digital, llevándose a cabo un seminario/taller con trabajo práctico sobre "Comunicación, omnicanalidad y espacios culturales y creativos" en marzo de 2022 De la práctica resultante los alumnos presentaron trabajos, entre otros espacios, del Museo

Guggenheim Bilbao, Museo Auschwitz-Memorial, Museo de la Esperanza (Sevilla), Palace Museum Beijing, Museo Soumaya (México) y Museo del Prado (Madrid).

Por otro lado, se llevó a cabo una Jornada de Innovación Didáctica (abril 2022) centrada en la presentación de trabajos de Fin de Grado y Fin de Máster (AC – Research) con participación de profesores y alumnos orientando los trabajos para su publicación final, en formato digital y papel, en un volumen que da continuidad a ediciones anteriores presentando los mejores trabajos desarrollados durante el curso. Con esta actividad se pretende completar la formación académica de los alumnos, dándoles la oportunidad de publicar sus investigaciones mediante pósteres y resúmenes de las partes significativas de los trabajos presentados para las convocatorias de Final de Grado y Final de Máster. Los trabajos, tutorizados por profesores vinculados al proyecto, se presentan en una sesión de trabajo y reciben las observaciones oportunas correspondientes por parte del equipo de profesores, que supervisarán también todo el proceso de redacción y presentación de resultados para la publicación final, en formato digital con su correspondiente ISBN y también en edición en papel con una tirada reducida de ejemplares para autores, bibliotecas y centros de investigación. Este proceso facilita a los alumnos iniciarse de una manera real en el mundo de la investigación profesional puesto que la intención adicional es crear un foro de debate de ámbito universitario. El rigor de dicho debate viene avalado por los componentes del grupo de trabajo, profesores que en sus diferentes áreas de conocimiento (Comunicación Audiovisual, Historia del Arte, Publicidad y Relaciones Públicas, Composición Arquitectónica) participan como parte integrante de un riguroso y selectivo sistema de calidad. Por lo tanto, el proyecto aspira a que las aportaciones de los alumnos sirvan no sólo en el ámbito de la investigación, sino también como primer paso para su integración en el mundo laboral. Estas aportaciones, además, contribuyen no sólo a la calidad de las titulaciones anteriormente apuntadas, sino que permiten una primera salida competitiva a sus alumnos, ayudando también a una mejora de la calidad educativa, ya que la principal intención es ofrecer un medio de difusión de los trabajos donde el debate, la discusión, las estrategia y los procesos ya han sido defendidos.

En consecuencia, se han conseguido la mayor parte de los objetivos propuestos para el presente proyecto de innovación docente, comenzándose además a trabajar en la difusión a partir de la creación de diferentes perfiles en Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter) de esta plataforma entre alumnos y miembros de la comunidad universitaria.

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

El proyecto sigue una estrategia metodológica que busca lograr que los alumnos/as alcancen las competencias y capacidades básicas para desenvolverse de forma eficaz dentro de los sistemas multimodales de información en los ámbitos técnico, productivo y expresivo. Los profesores orientan el aprendizaje a partir de la puesta a disposición de los alumnos de esquemas, mapas conceptuales y referencias, que contengan los fundamentos básicos del tema a tratar y el planteamiento de situaciones problemáticas para su resolución.

Se busca el sentido cooperativo, colaborativo y proactivo de profesores y alumnos estimulados por la interacción, la interactividad, la interdisciplinariedad y la asunción de objetivos conocidos y compartidos. Proceso de revisión y actualización de la estructura de la plataforma, con sus correspondientes contenidos, enriquecidos por las prácticas y actividades docentes desarrolladas durante el curso académico. El espacio web se ha configurado en dos grandes bloques o apartados (Innovación e Investigación) estructurados a su vez en sub-apartados que se van actualizando y enriqueciendo a medida que la plataforma crece con la implementación de nuevas actividades y prácticas de alumnos y profesores desarrolladas en cada curso académico.

En el primer bloque, INNOVACIÓN, se habilitan los recursos y prácticas docentes orientados a estudios y actividades de historia del arte, comunicación audiovisual y publicidad, destacando sus principales valores y las posibilidades de interacción y análisis de las relaciones comunicación y arte, publicidad y diseño, cultura visual, imagen de marca, utilizando para ellos todos los recursos tecnológicos disponibles, tanto a nivel textual y documental como audiovisual e interactivo.

En el segundo bloque, INVESTIGACIÓN, se habilitan las publicaciones y eventos, destinado tanto a alumnos como profesores, para presentar y enriquecer periódicamente la web con aportaciones de investigación o inicio a la misma con sus correspondientes bases metodológicas. Para los alumnos: publicación de los Trabajos de Fin de Grado y Fin de Máster de las distintas titulaciones, previa presentación pública y corrección por parte de los profesores vinculados al proyecto en un seminario organizado al efecto (Actividad AC\_Research). Para los profesores: publicación de temas de innovación docente e investigación en relación con las prácticas docentes de utilidad para los alumnos.

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

Investigador principal:

- Miguel Ángel Chaves Martín – Universidad Complutense de Madrid

Equipo docente e investigador participante en el proyecto:

- María Isabel García García – Universidad Complutense de Madrid
- Francisco Javier Pérez Segura – Universidad Complutense de Madrid
- Jennifer García Carrizo – Universidad Complutense de Madrid
- Ángeles Layuno Rosas – Universidad de Alcalá
- Estíbaliz Pérez Asperilla – UDIMA
- Sara Pérez Asensio – Universidad de Alcalá

Estudiantes colaboradores en el proyecto:

- Rosa Bleda Morcillo – Universidad Complutense de Madrid
- Andrea de los Ángeles Navarro Riveiro – Universidad Complutense de Madrid
- Marta Prados Martín – Universidad Complutense de Madrid
- Miguel Pérez Espinoza – Universidad Complutense de Madrid

Se ha buscado un equilibrio entre profesores y alumnos UCM junto a profesores de otras instituciones (alumni muchos de ellos complutenses) que consideramos especialmente importantes para enriquecer y dar mayor visibilidad a la propuesta. El coordinador, investigador principal, Miguel Ángel Chaves Martín será también responsable de alguna de las fases descritas en el plan de trabajo junto a los otros profesores UCM Isabel García García y Javier Pérez Segura, y dos profesores externos, Jennifer García Carrizo y Estíbaliz Pérez Asperilla. 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 otro profesor externo de apoyo (Ángeles Layuno) formando parte del Seminario de Innovación y presentación de resultados (TFG y TFM) y alumnos de Grado y Máster con experiencia previa muy positiva en el desarrollo de alguna de las actividades prácticas realizadas en cursos pasados.

## 5. Desarrollo de las actividades

Siguiendo el plan de trabajo previsto, para el desarrollo del proyecto presentado y la consecución de los objetivos anteriormente señalados, se han implementado las siguientes actividades, desarrolladas en los siguientes periodos temporales:

### Octubre-Diciembre 2021:

- a) Planificación y diseño. Definición y concreción de tareas con sus correspondientes coordinadores y participantes.
- b) Revisión y actualización de contenidos en la plataforma digital y propuesta de actividades con alumnos para el segundo cuatrimestre.

### Enero-Mayo 2021:

- c) Taller/Seminario "Comunicación, omnicanalidad y espacios culturales y creativos" en marzo de 2022, con los alumnos de la asignatura Nuevas tendencias artísticas en el audiovisual digital, del Máster en Comunicación Audiovisual para la era digital. Se realizó una actividad práctica por parte de los alumnos bajo la dirección de la profesora Jennifer García Carrizo, analizando entre otros espacios el Museo Guggenheim Bilbao, Museo Auschwitz-Memorial, Museo de la Esperanza (Sevilla), Palace Museum Beijing, Museo Soumaya (México) y Museo del Prado (Madrid).
- d) Dand continuidad al taller/seminario se presentó en abril de 2022 una comunicación en el Congreso Internacional HERMES de Comunicación, medios audiovisuales y análisis en España y LATAM celebrado en Lanzarote. Se estudió la omnicanalidad como estrategia de comunicación en organizaciones culturales y en industrias creativas. Actualmente, hay unos 7 dispositivos conectados a internet por cada persona del mundo, lo que significa que, con una población total de más de 7.500 millones de habitantes, hay alrededor de 50.000 millones de dispositivos conectados a internet (Statista, 2020), cifra que se ha visto consolidada e incluso aumentada con la crisis sanitaria del COVID-19, que ha acelerado la transformación digital (Amadeus, 2020). Esta situación ha alentado que sean cada vez más las empresas que migran parte de su actividad al mundo digital. Además, marcas, como Netflix, Spotify, Amazon, etc. crecen en todos los sectores a un ritmo imparable, especialmente gracias a sus estrategias de

omnicanalidad, que permite a sus usuarios, por ejemplo, ver una película en el móvil y continuar consumiéndola en la televisión justo en el segundo exacto en el que se dejó. Y es que, la omnicanalidad es elección; que el consumidor del producto o servicio pueda elegir cómo, dónde y cuándo comprarlo o consumirlo. En este contexto, esta investigación analizaba diferentes estrategias desarrolladas por organizaciones culturales y empresa vinculadas a las industrias creativas. Para ello, se recurre a la realización de entrevistas en profundidad, periodos de observación participante y una exhaustiva revisión de bibliográfica que se acompaña con el análisis de diferentes casos de estudio que se introducen a modo de ejemplo en el presente análisis. Como resultado del estudio, se presentan diferentes estrategias de comunicación basadas en la omnicanalidad y la ubicuidad de marca que dichas instituciones culturales y empresas vinculadas a las industrias creativas desarrollan con la finalidad de aumentar su notoriedad de marca, su engagement y la eficacia de su comunicación.

- e) Organización de una Jornada de Innovación Didáctica (abril 2022) centrada en la presentación de trabajos de Fin de Grado y Fin de Máster (AC – Research) con participación de profesores y alumnos orientando los trabajos para su publicación final, en formato digital y papel, en un volumen que da continuidad a ediciones anteriores presentando los mejores trabajos desarrollados durante el curso. Los trabajos, tutorizados por profesores vinculados al proyecto, se presentan en una sesión de trabajo y reciben las observaciones oportunas correspondientes por parte del equipo de profesores, supervisando también todo el proceso de redacción y presentación de resultados para la publicación final, en formato digital con su correspondiente ISBN y también en edición en papel con una tirada reducida de ejemplares para autores, bibliotecas y centros de investigación.

#### Junio 2021:

- f) Trabajos finales de maquetación y edición de los textos del libro “AC Research, 2022. Plataforma de difusión para jóvenes investigadores” como resultado de la actividad previa desarrollada. (Se adjunta documentación complementaria en el Anexo de la presente memoria).

- g) Actualización de la información en la plataforma online con la inclusión de nuevos materiales docentes y nuevas prácticas docentes desarrolladas por el alumnado dentro de la sección de infografías artísticas.
- h) Redacción del informe final.

Con el presente proyecto se culmina el trabajo iniciado en proyectos anteriores vinculados a la difusión de trabajos de inicio a la investigación (AC-Reserach. Plataforma digital para jóvenes investigadores en artes plásticas, arquitectura y comunicación en la ciudad contemporánea. Convocatorias 2014 y 2015) y a la aplicación de nuevas tecnologías para la innovación y prácticas docentes (Plataforma online para alumnos de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas e Historia del Arte. Convocatorias 2018-2020), enmarcándose así plenamente dentro de los nuevos criterios establecidos por 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 un punto de vista cualitativo, consideramos que el proyecto tendrá 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. Generación de contenidos audiovisuales e hipermedia. 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 realización de algunos trabajos y actividades prácticas. El estudiante difunde su obra y aprende a comunicarla y a testar su resultado en otros públicos, a la vez que contribuye a la transferencia científica. Mejora 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

### 6.1. Documentación complementaria. Secciones de la plataforma digital AC-Innovación Docente. Comunicación y Arte.

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

The screenshot shows the homepage of the AC-INNOVACIÓN COMUNICACIÓN Y ARTE website. At the top, there is a navigation bar with the Universidad Complutense Madrid logo on the left, the text "AC-INNOVACIÓN COMUNICACIÓN Y ARTE" in the center, and a search bar on the right. Below the navigation bar, there is a horizontal menu with the following items: "Quiénes somos", "Recursos Docentes", "Prácticas Docentes", and "Publicaciones y Eventos". The main content area features a large blue banner with the text "AC - INNOVACIÓN DOCENTE" and "COMUNICACIÓN Y ARTE". To the right of the banner, there is a section titled "ARTE Y CIUDAD" with the subtitle "ARTE, ARQUITECTURA Y COMUNICACIÓN EN LA CIUDAD CONTEMPORÁNEA" and a button labeled "CUESTIONARIO PARA LA MEJORA DE LA PLATAFORMA". Below the main content, there are social media icons for YouTube, Facebook, and Twitter. At the bottom, there is a footer with logos for "hr", "MONCLOA Campus de Excelencia Internacional", and "una europa", along with the text "© Universidad Complutense Madrid", "Localización y contacto", "Aviso Legal", "Protección de datos", and "RSS".

The screenshot shows the "Quiénes somos" page of the AC-INNOVACIÓN COMUNICACIÓN Y ARTE website. The layout is similar to the homepage, with the Universidad Complutense Madrid logo and the text "AC-INNOVACIÓN COMUNICACIÓN Y ARTE" at the top. The navigation menu includes "Quiénes somos", "Recursos Docentes", "Prácticas Docentes", and "Publicaciones y Eventos". Below the navigation bar, there is a breadcrumb trail: "Portada / Quiénes somos". The main content area features three large colored boxes: a blue box labeled "INTEGRANTES", a red box labeled "NUESTRO PROYECTO", and a grey box labeled "CONTACTO". Below the main content, there are social media icons for YouTube, Facebook, and Twitter. At the bottom, there is a footer with logos for "hr", "MONCLOA Campus de Excelencia Internacional", and "una europa", along with the text "© Universidad Complutense Madrid", "Localización y contacto", "Aviso Legal", "Protección de datos", and "RSS".

## Nuestro proyecto

"AC-Innovación: Comunicación y Arte" se plantea como una plataforma digital para actividades de innovación y prácticas docentes destinada al alumnado de las áreas de Ciencias Sociales y Humanidades dentro de las titulaciones de Grado y Máster en Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Historia del Arte y Bellas Artes. Así, se erige como un espacio web de difusión, por parte de aquellos alumnos que deseen integrarse, de los trabajos realizados a lo largo de dichos estudios de grado y máster, facilitando su conocimiento y divulgación, con los consiguientes beneficios que esto implica tanto en el ámbito académico e investigador como en el laboral.

La plataforma pretende integrar las áreas de Ciencias Sociales y Humanidades en el ámbito de las relaciones Arte, Comunicación Audiovisual y Publicidad, creando un espacio virtual abierto a la difusión de los primeros trabajos de investigación de los alumnos (trabajos de Fin de Máster y de Fin de Grado), a la innovación docente (aplicación de nuevas tecnologías para la práctica docente) y al mundo laboral (entrevistas a profesionales de los diferentes sectores implicados, reseñas de eventos profesionales, exposiciones, etc.).

Además, con el nuevo espacio web se aúnan y dan continuidad a proyectos anteriores vinculados a la difusión de trabajos de inicio a la investigación (ACReserach. Plataforma digital para jóvenes investigadores en artes plásticas, arquitectura y comunicación en la ciudad contemporánea. Convocatorias 2014 y 2015) y a la aplicación de nuevas tecnologías para la innovación y prácticas docentes (Plataforma online para alumnos de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas e Historia del Arte). Convocatorias 2017 y 2018).



## Contacto

Facultad de Ciencias de la Información.

Avenida Complutense s/n. Despacho 103.1 (Arte Contemporáneo).

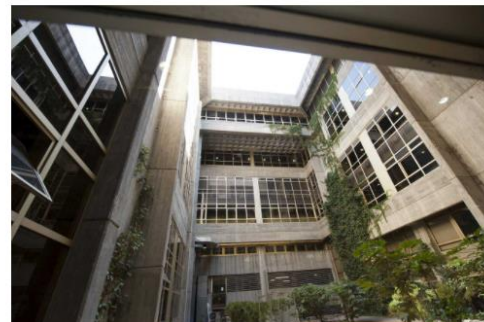
Universidad Complutense de Madrid.

28040 - Madrid (España).

Email:

- arteyciudad@ccinf.ucm.es
- machaves@ucm.es
- jennigar@ucm.es

Teléfono: (0034) 913942052



## Recursos Docentes

APUNTES

ARTÍCULOS

TEXTOS

ENLACES

AUDIOVISUALES

BIBLIOGRAFÍA



© Universidad Complutense Madrid



Localización y contacto

Aviso Legal



Protección de datos

RSS

## Publicaciones y Eventos



PRÓXIMAMENTE

AC RESEARCH / 2015 - PLATAFORMA DIGITAL DE DIFUSIÓN PARA JÓVENES INVESTIGADORES

Isabel García García - Miguel Ángel Chaves Martín (Coords.)

ISBN 978-84-608-6686-2

Madrid, Grupo Arte y Ciudad UCM, 2015

AC RESEARCH / 2016 - PLATAFORMA DIGITAL DE DIFUSIÓN PARA JÓVENES INVESTIGADORES

Isabel García García - Miguel Ángel Chaves Martín (Coords.)

ISBN 978-84-608-6686-2

Madrid, Grupo Arte y Ciudad UCM, 2016

JORNADAS, CONGRESOS Y OTROS EVENTOS DE INNOVACIÓN Y CALIDAD DOCENTE

Próximamente más información sobre eventos

## Prácticas docentes realizadas por el alumnado

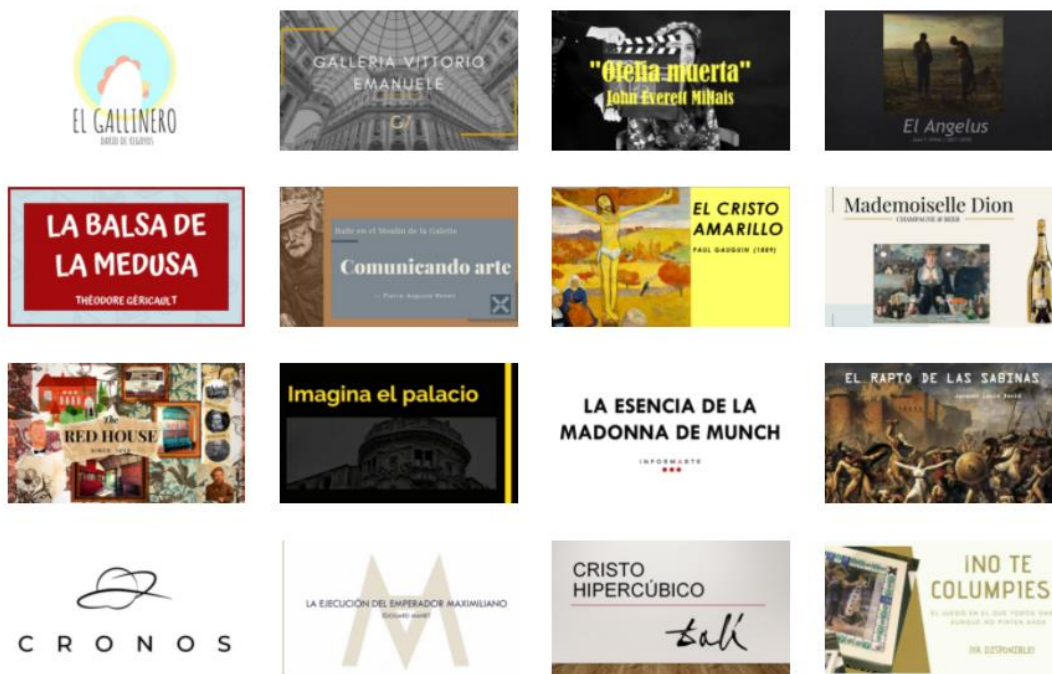
### INFOGRAFÍAS

Las infografías seleccionadas son el resultado de una actividad práctica realizada por alumnos del Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid durante el curso 2020/2021 y de los Seminarios de Investigación e Innovación Docente "Arte y Comunicación Ciudadana. Propuestas infográficas para la docencia en Arte Contemporáneo" (I y II) dirigidos por Miguel Angel Chaves Martin y coordinados por Jennifer García Carrizo entre Noviembre y Diciembre de 2020 y Febrero y Marzo de 2021.



## CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

En esta sección podrás encontrar algunos de los mejores trabajos realizados por el alumnado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid durante los cursos académicos 2017/2018, 2018/2019 y 2019/2020. Todos ellos han sido realizados bajo la premisa de realizar un análisis de una obra de arte y diseñar su correspondiente campaña de comunicación. Además, han sido coordinados por Jennifer García Carrizo y Miguel Ángel Chaves. Si consideras que podrías contribuir a hacer crecer esta sección, ponte en contacto con nosotros.



### 6.2. Documentación complementaria. Páginas de créditos e índice de la publicación resultante de la Jornada AC Research 2022 para trabajos de Fin de Grado y Fin de Máster.

# AC – RESEARCH / 2022

PLATAFORMA DIGITAL DE DIFUSIÓN  
PARA JÓVENES INVESTIGADORES

MIGUEL ÁNGEL CHAVES MARTÍN

ISABEL GARCÍA GARCÍA

JENNIFER GARCÍA CARRIZO

(Coords.)



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

**ARTE Y CIUDAD**  
ARTE. ARQUITECTURA Y COMUNICACIÓN EN LA CIUDAD CONTEMPORÁNEA

# CRÉDITOS

## AC – RESEARCH / 2022 PLATAFORMA DIGITAL DE DIFUSIÓN PARA JÓVENES INVESTIGADORES

Miguel Ángel Chaves Martín  
Isabel García García  
Jennifer García Carrizo  
Coordinadores

### Edita

Universidad Complutense de Madrid. Grupo de  
Investigación Arte, Arquitectura y Comunicación  
en la Ciudad Contemporánea

### Diseño portada

Sara Pérez Asensio

### Maquetación textos

Jennifer García

© De los textos: sus autores

© De la presente edición: Grupo de Investigación Arte, Arquitectura y  
Comunicación en la Ciudad Contemporánea (UCM)

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Los Editores no se responsabilizan de la selección y uso de las imágenes incluidas en la presente edición, siendo responsabilidad exclusiva de los respectivos autores.

ISBN en tramitación

Primera edición: Junio de 2022



Esta publicación forma parte de los resultados del Proyecto “Arte y Comunicación. Aplicación de nuevas tecnologías en innovación educativa y enseñanza virtual” (ref. 369), convocatoria 2021 de Proyectos de Innovación y Mejora de la Calidad Docente, Universidad Complutense de Madrid, Área de Artes y Humanidades.

# ÍNDICE

**Miguel Ángel Chaves  
Martín  
Isabel García García  
Jennifer García  
Carrizo** Presentación.  
**07**

**Irene Carracedo  
García** Desvirtuación del arte urbano a través de las  
RRSS.  
**11**

**Ana Belén Freijoó  
Valencia** Análisis de la portada de Maruja Mallo para  
el libro *Hércules jugando a los dados* (1928)  
de Ernesto Giménez Caballero. Un ejemplo  
de integración arte-literatura.  
**35**

**Mia López  
Wrobel** Louise Bourgeois y Dorothea Tanning. Dos  
universos artísticos entrelazados.  
**67**

**Manuel Elías  
Rey Álvarez** Los otros manierismos: el *Laocoonte* como  
tema para la experimentación artística desde  
el Greco hasta la modernidad.  
**91**

**Marta Prados  
Martín**  
**115**

Instagram como herramienta de difusión para artistas emergentes: mercado oficial y submercado artístico.

**Sara Pérez  
Asensio**

Gestión cultural más allá del turismo y de la imagen de ciudad: el caso de Málaga.

**151**

**Carlos Utrero  
Onsina**  
**183**

Análisis diacrónico del paisaje urbano-ferroviario en Alcalá de Henares (1859-2021).

**Víctor Guerrero  
Serrano**  
**203**

Monumento a Pablo Iglesias del Parque del Oeste: visión de una obra desaparecida.

**Marina Camacho  
Galán**  
**227**

Integración, contaminación y colaboración: parámetros aplicados de análisis arquitectónico.

