

## PROPUESTAS PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS UCLM 2025

Título de la propuesta	<b>61. La cultura que se vive en UCLM</b>
Ámbito temático	Cultura
Campus-sede	La propuesta no pertenece a ningún campus-sede concreto
ODS	Salud y Bienestar

### Descripción de la propuesta

Transformar la promoción de las actividades culturales de la UCLM en una experiencia viva, dinámica y atractiva para los jóvenes, utilizando un enfoque fresco y en tendencia que conecte con su lenguaje y hábitos digitales. Estos videos no serán meras descripciones, sino que buscarán inspirar, emocionar y generar engagement, mostrando que la cultura en la UCLM no es solo un complemento, sino una parte esencial de la vida universitaria.

Cada video estará diseñado para que el espectador sienta que está dentro de la experiencia, con un ritmo ágil, recursos visuales innovadores y un enfoque narrativo que muestre la cultura universitaria como algo dinámico, accesible y emocionante. El formato propuesto es el siguiente:

- Videos de corta duración (15-45 segundos) para las diferentes redes sociales de la UCLM; TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts.
- Videos de 2-3 minutos para YouTube y la web de la UCLM.
- Estilo cinematográfico: Alternando tomas profesionales con imágenes espontáneas y reales.
- Narrativa tipo storytelling: No solo mostrar eventos, sino contar historias de quienes los viven.
- Música y edición trendy: Ritmos modernos, cambios de plano rápidos, transiciones creativas.

Presupuesto asignado	10.000 €
----------------------	----------

### Descripción detallada

#### OBJETIVO

Transformar la promoción de las actividades culturales de la UCLM en una experiencia viva, dinámica y atractiva para los jóvenes, utilizando un enfoque fresco y en tendencia que conecte con su lenguaje y hábitos digitales. Estos videos no serán meras descripciones, sino que buscarán inspirar, emocionar y generar engagement, mostrando que la cultura en la UCLM no es solo un complemento, sino una parte esencial de la vida universitaria.

Cada video estará diseñado para que el espectador sienta que está dentro de la experiencia, con un ritmo ágil, recursos visuales innovadores y un enfoque narrativo que muestre la cultura universitaria como algo dinámico, accesible y emocionante.

#### FORMATO Y ESTILO

- Videos de corta duración (15-45 segundos) para TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts.
- Videos de 2-3 minutos para YouTube y la web de la UCLM.
- Estilo cinematográfico + vlog: Alternando tomas profesionales con imágenes espontáneas y reales.
- Narrativa tipo storytelling: No solo mostrar eventos, sino contar historias de quienes los viven.
- Música y edición trendy: Ritmos modernos, cambios de plano rápidos, transiciones creativas.

Área de Música: "Ritmo UCLM"

¿Qué se verá?

- Ensayos reales de bandas, coros y artistas universitarios.
- Microentrevistas rápidas: "¿Por qué tocas música en la UCLM?".

- Momentos espontáneos: flashmobs, retos musicales.
- Formato "behind the scenes" + clips con sonido real.
- Uso de challenges musicales para TikTok e Instagram.

#### Área de Teatro: "UCLM en Escena"

¿Qué se verá?

- Actores preparándose en backstage.
- Fragmentos impactantes de ensayos y presentaciones.
- La adrenalina antes de salir al escenario.
- Edición con ritmo de tráiler cinematográfico.
- Entrevistas tipo "diario de actor" (grabadas en primera persona).

#### Área de Artes Plásticas: "Creando la UCLM"

¿Qué se verá?

- Time-lapse de obras en proceso.
- Artistas explicando su trabajo en 10 segundos.
- Close-ups de detalles en obras terminadas.
- Comparación "antes y después" de creaciones.

#### Área de Literatura: "Las Palabras que Nos Conectan"

¿Qué se verá?

- Escritores leyendo fragmentos de sus obras en lugares icónicos de la UCLM.
- Retos literarios: "Describe la UCLM en una frase".
- Visualización creativa de poemas y relatos.
- Animaciones con tipografías dinámicas.

#### Área de Cine: "Historias en la UCLM"

¿Qué se verá?

- Rodajes en acción dentro de la universidad.
- Reacciones de los espectadores en festivales.
- Cortometrajes grabados por estudiantes.
- Estilo documental breve, con voz en off impactante.
- Clips editados con efectos cinematográficos.

#### DISTRIBUCIÓN Y PUBLICACIÓN

- Instagram Reels y TikTok: Videos cortos y retos virales.
- YouTube Shorts: Resúmenes impactantes de eventos.
- YouTube y Web UCLM: Videos más largos con enfoque documental.
- Colaboraciones con creadores de contenido y estudiantes influencers.

PRESUPUESTO ESTIMADO: 10.000€ (iva incluido)

Para la producción de los videos promocionales, las fases son:

- Preproducción

- Investigación y planificación del contenido.
- Desarrollo de guion y estructura narrativa.
- Coordinación con estudiantes, profesores y equipos de producción.
- Gestión de permisos de grabación y localización en los diferentes espacios de la UCLM.

- Producción

- Grabación en los distintos campus de la UCLM con equipo profesional.
- Captura de imágenes dinámicas con drones y cámaras de alta calidad.
- Grabación de entrevistas y testimonios con micrófonos profesionales.

- Postproducción

- Edición de video con montaje ágil y atractivo.
- Creación de versiones adaptadas a distintos formatos y plataformas digitales.
- Inclusión de subtítulos y gráficos animados.

**IMPACTO ESPERADO**

- Mayor conexión con los estudiantes gracias a un contenido fresco y cercano.
- Incremento del engagement en redes sociales de la UCLM.
- Fomento de la participación activa en actividades culturales.
- Construcción de una imagen universitaria moderna y dinámica.

**Enlace opcional a documento relacionado con la propuesta**