

2024 – 2025

TFG Lab

# TRABAJO FIN DE GRADO

Nociones  
básicas para  
arrancar con  
buen pie.



# FECHAS

## CONVOCATORIA ORDINARIA 2024-2025

DEPÓSITO: 26,27 Y 28 de mayo 2025

DEFENSA: 11 de junio de 2025

## CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA 2024-2025

DEPÓSITO: 18,19 y 20 de junio de 2025

DEFENSA: 4 de julio de 2025



CEU  
Universidad  
San Pablo

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación

## CALENDARIO TRABAJOS FIN DE GRADO CURSO 2024-2025

*FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN*



# La WEB

FACULTAD DE  
HUMANIDADES Y CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN

- Información útil
- Información Académica
- Información sobre Trabajos Fin de Grado

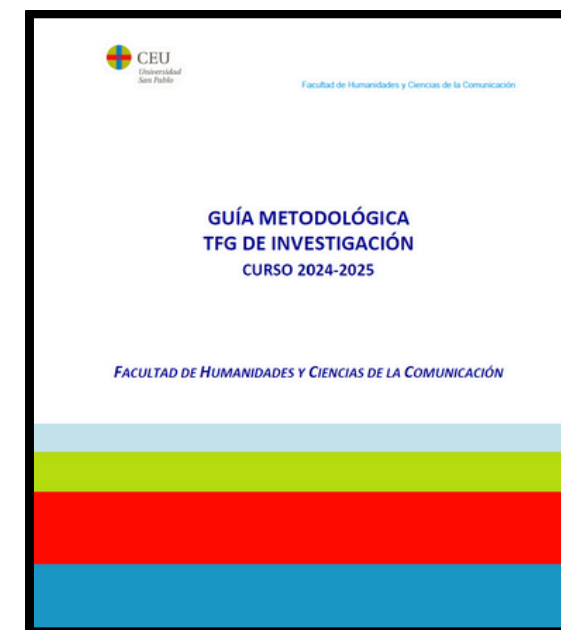


The screenshot displays the website for the Faculty of Humanities and Communication Sciences at CEU. At the top left is the CEU logo and the text 'CEU | Universidad San Pablo'. To the right are navigation links: 'Conócenos', 'Estudios', 'Admisión', and 'Internacional'. Below this is a banner image of a studio with people and equipment. A white box in the center contains the text 'FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN' and 'Información útil'. Below the banner is a horizontal menu with 'Conoce la Facultad', 'Información útil' (underlined), 'Actividades y cursos', 'Estudios', 'Claustro', and 'Contacto'. The main content area is titled 'Información útil para el estudiante' and features a link for 'Información Académica'.

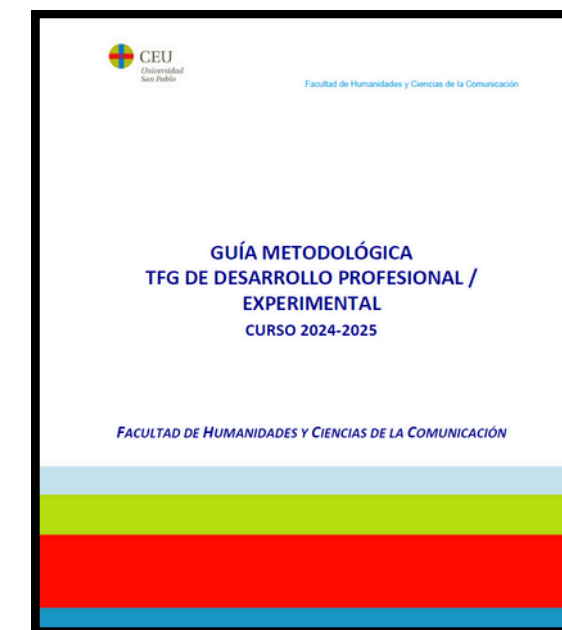
# La WEB -



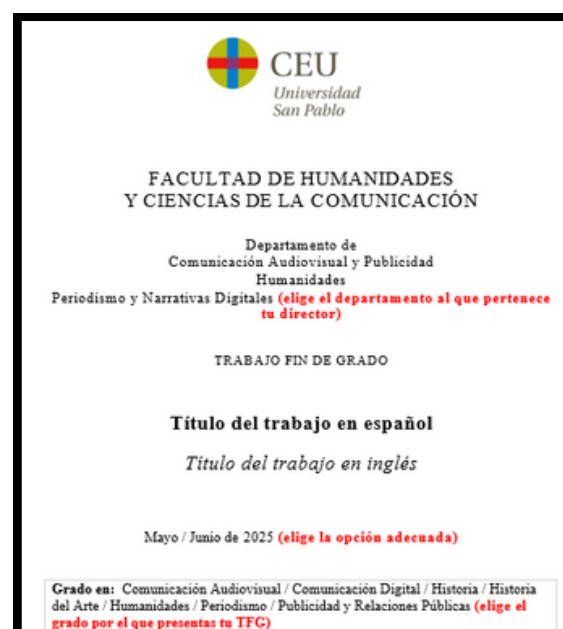
NORMATIVA  
TFG



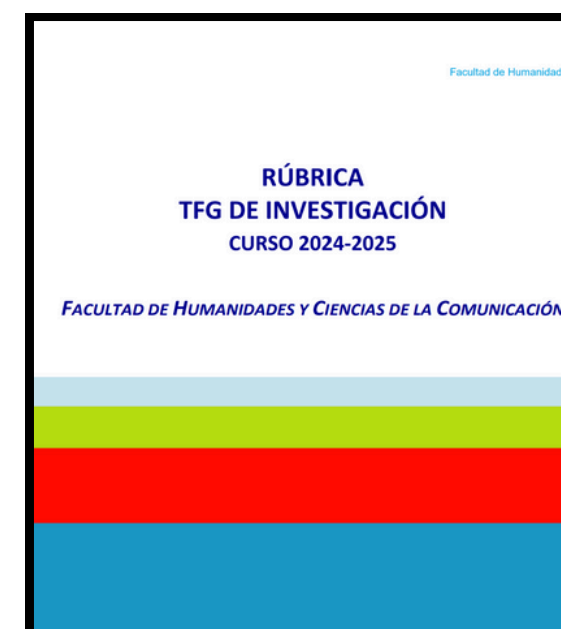
GUÍA  
TFG Investigación



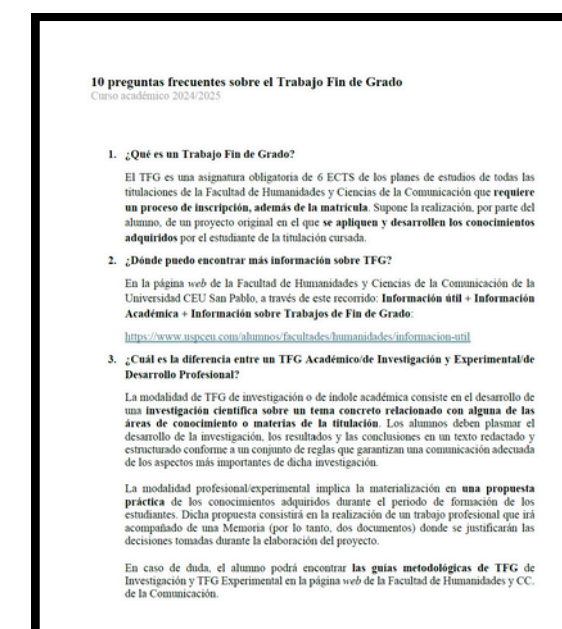
GUÍA  
TFG Experimental



PORTADA(S)  
TFG



RÚBRICA(S)  
TFG



DUDAS  
10 Preguntas  
Frecuentes

# ¿Por dónde empezamos?

## ¿Qué es un TFG?

El trabajo de una asignatura obligatoria que se llama "Trabajo Fin de Grado", de 6 ECTS. Se realiza durante el último curso del grado universitario. Si cursas doble grado, realizarás dos TFG.

Es un proyecto autónomo y ha de ser original.

## ¿Por qué hacemos un TFG?

Porque es una forma de reflejar las competencias y conocimientos adquiridos a lo largo de la titulación.

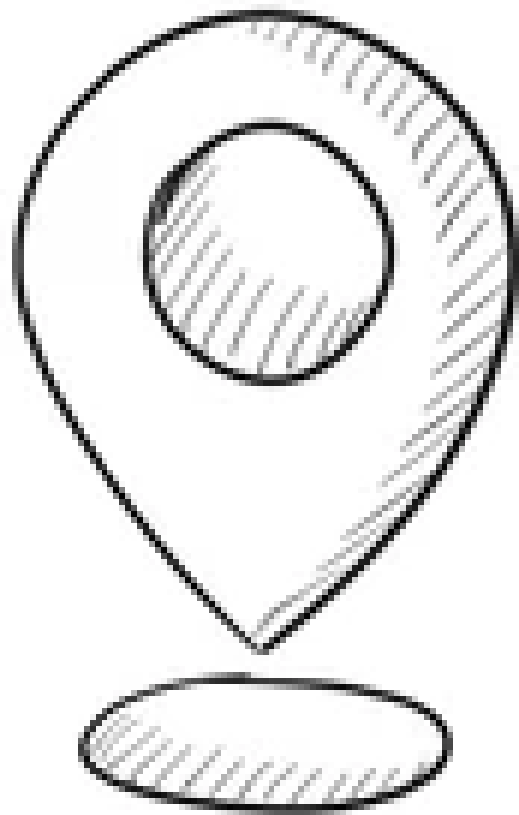
Es también una carta de presentación para tu siguiente paso profesional.

## ¿Por qué tengo un director/a?

Para que te oriente en el tema y las distintas fases del trabajo.

Es un dinamizador y facilitador de tu aprendizaje, por eso es importante que recuerdes que la responsabilidad última de tu TFG es y siempre será tuya.

# El papel del director/a



1. **Fija las especificaciones** teóricas, técnicas o artísticas requeridas para tu TFG.
2. Te orienta durante la realización de este, si bien **la responsabilidad final** del trabajo te corresponde únicamente a ti.
3. Te guía para que, desde el principio, definas los **objetivos del TFG** y programes un adecuado **desarrollo temporal**.
4. Te prepara para la presentación y **defensa** de tu trabajo.
5. **Elabora un informe** y está a disposición del tribunal evaluador, tras el depósito del proyecto y previamente a tu exposición pública, para resolver cuantas dudas y preguntas puedan plantearse.



# 2

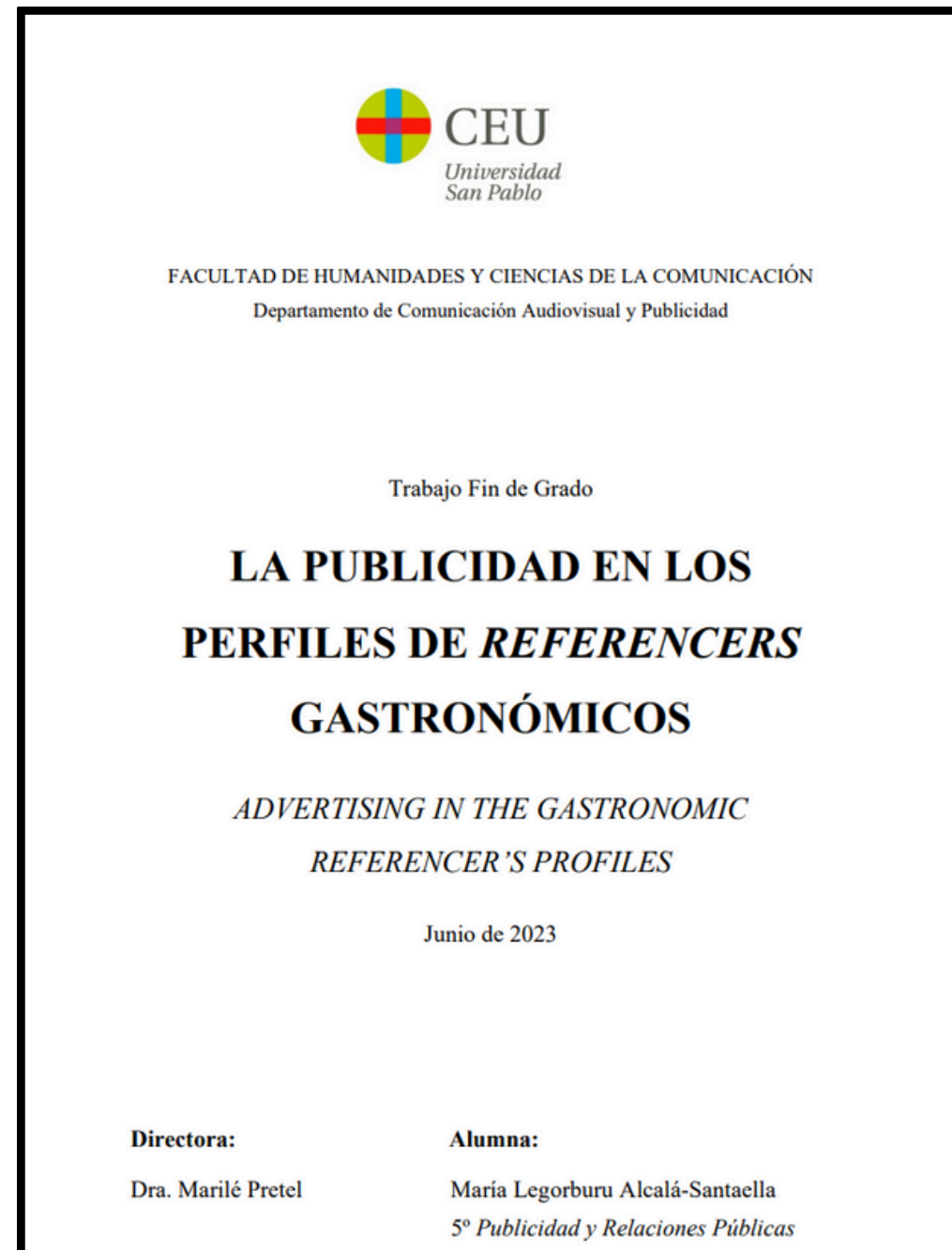
## Tipos de TFG



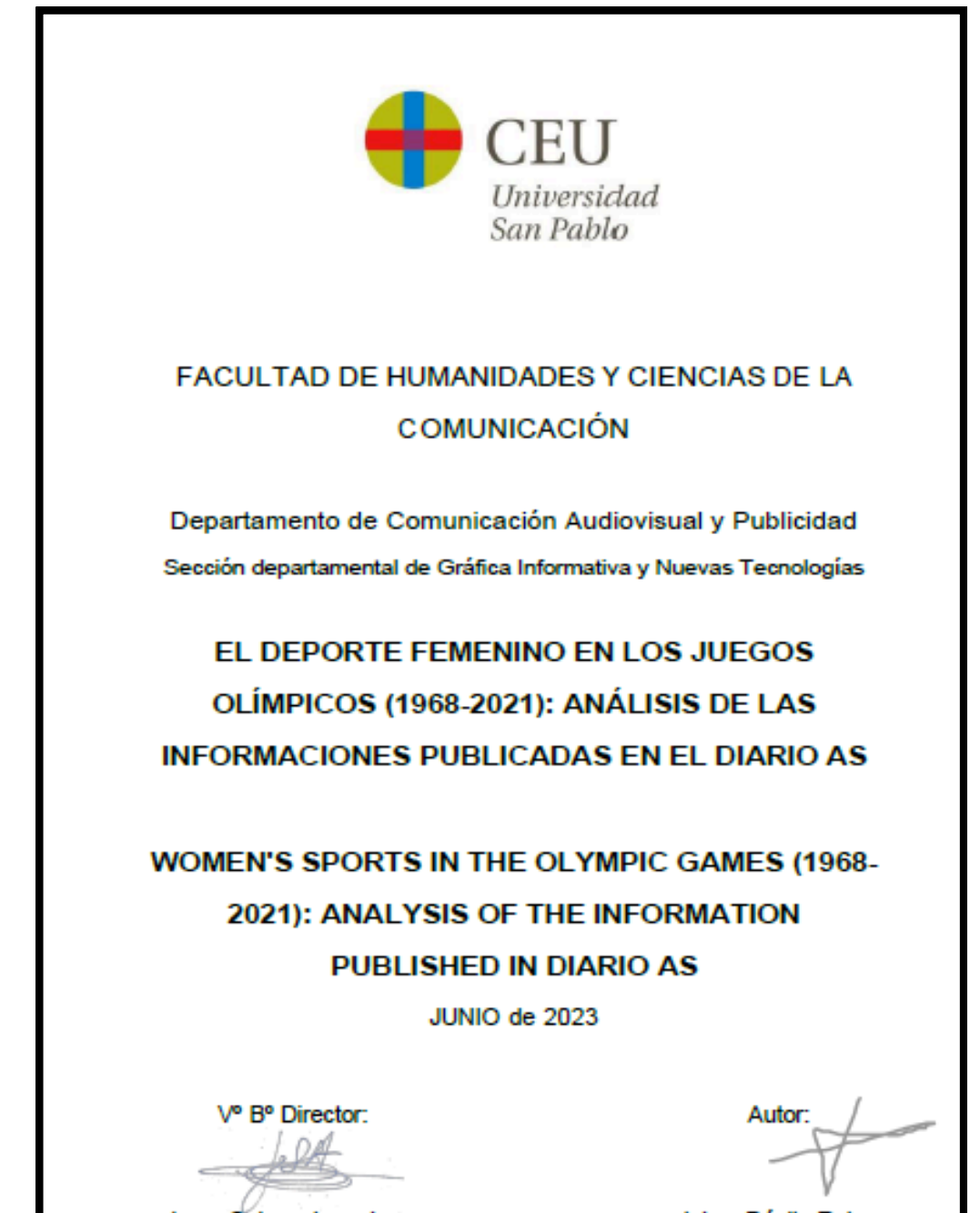
# Trabajo académico / de investigación



La vida doméstica y social de la mujer holandesa del siglo XVII



La publicidad en los perfiles de *referencers* gastronómicos



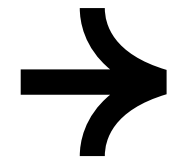
El deporte femenino en los Juegos Olímpicos (1968-2021): Análisis de las informaciones publicadas en el Diario AS



# Características principales

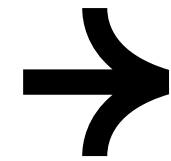
## Un documento

que ha de tener una estructura con un marco teórico y un trabajo de campo, así como una redacción propia de un documento académico científico.



## De investigación científica

sobre un problema o fenómeno cultural, social o histórico, mediante procedimientos y técnicas rigurosas que permitan obtener nuevo conocimiento científico.



## que demuestre tu capacidad

a la hora de afrontar una investigación, de hacer una reflexión profunda y crítica sobre un tema, de construir un razonamiento lógico y bien estructurado y de defenderlo públicamente.

# Formato

## 1.3 METODOLOGÍA Y FUENTES

Para la elaboración de este reportaje radiofónico fue crucial encontrar un hecho de relevancia actual relacionado con el mundo del deporte y, a ser posible, con el Club Atlético de Madrid. Este paso es de vital importancia para elaborar un reportaje, ya que como apunta Echevarría (2001):

La selección es un proceso fundamental en el trabajo del periodista. De hecho, en la rutina periodística diaria se producen diversas selecciones: qué acontecimientos se van a difundir, desde qué género periodístico se van a tratar y qué importancia se le otorgará a cada uno de ellos.

Además, en todo proyecto se debe realizar una selección tanto del tema como del formato. De acuerdo con Rivas Zambrano (2017) un reportaje debe:

Presentar los hechos de la forma más completa posible. Profundizar en la noticia y facilitar las causas, antecedentes y consecuencia, es decir: estudiar y analizar los hechos previos, las motivaciones y las circunstancias del hecho.

En este sentido, en esta investigación se pretende profundizar en la historia del futbolista, dentro y fuera del club madrileño. Al tratarse de una figura concreta y su papel en el Atlético de Madrid, se analizó y ponderó qué fuentes podrían enriquecer el hilo argumental del reportaje.

Basándonos en la descripción del proyecto, la importancia está en las fuentes, por lo tanto se seguirá una metodología cualitativa. Quecedo y Castaño (2002) destacan que es “la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”. Una definición que se refuerza con la del Centro Virtual Cervantes<sup>1</sup>:

Se pueden agrupar las técnicas de recogida de datos de la investigación cualitativa en tres grandes categorías, basadas respectivamente en la observación directa, las entrevistas en profundidad y el empleo de documentos.

Para todo ello, la metodología ha pasado por un primer proceso de revisión bibliográfica, hemerográfica y audiovisual.

Posteriormente se completa con el trabajo de campo. Los datos que se aportan, tanto en la memoria escrita como en el documento sonoro, son inéditas hasta la fecha. Proceden

<sup>1</sup> Cervantes, C. C. V. (s. f.). *CVC. Diccionario de términos clave de ELE. Metodología cualitativa*.

reality ‘Masterchef’, que emite en diferentes canales según el país, como por ejemplo el primer canal de *Televisión Española* en España. Se trata de los cocineros Jordi Cruz, Gordon Ramsey, Marcus Wareing y Bruno Barbieri-todos ellos con al menos dos estrellas Michelin- todos ellos con más de 250 mil seguidores en *Instagram* (ver tabla 1). Para validar la idoneidad de la muestra de los chefs más reconocidos –Barbieri, Cruz, Ramsey, y Wareing se recurrió a la herramienta *Social Blade* y el algoritmo SEO (*Search Engine Optimization*) de *Google*.

Tabla 1. Ficha técnica de los chefs

Usuario	Nombre y Apellido	Juez de ‘Masterchef’	Número de seguidores (mayo 2023)
@gordongram	Gordon Ramsey	EEUU e Inglaterra	14,1 mill.
@jordicruzoficial	Jordi Cruz	España	1,4 mill.
@marcuswareing	Marcus Wareing	Inglaterra	259 mil
@brunobarbieri_chef	Bruno Barbieri	Italia	1,3 mill.

Fuente de elaboración propia (*Social Blade*, 2023)

El trabajo de campo se realizó entre los meses de octubre de 2022 a abril de 2023, centrándose en las publicaciones publicitarias permanentes- *posts* del *feed*- realizadas desde los 4 perfiles. Se seleccionó este periodo de tiempo porque en ese momento se estaban emitiendo los respectivos programas de ‘Masterchef’ en cada país.

En total, de los 8.400 *posts* que hay sumando las publicaciones de estos perfiles, se estudiaron sólo los comprendidos en los meses referidos, que suman un total de 465 de los que se estudiaron a fondo 120. Para ello, se emplearon de nuevo las herramientas *Socialblade* y *Phlanx*, que obtienen datos de la interfaz de programación pública de *Instagram*, extrayendo información estadística de los usuarios.

Una vez recolectada toda esta información y convenientemente ordenada, se procedió a su análisis que ha consistido en detectar e inferir a partir de los elementos más

- Puede ser en inglés o español.
- El lenguaje debe ser académico y científico. Debe utilizarse el léxico profesional de cada disciplina. No es aceptable el uso del lenguaje coloquial.
- La revisión ortográfica es responsabilidad del autor.
- Extensión: Entre 30 y 45 páginas excluyendo los anexos.
- Interlineado: 1,5. Sin sangrados.
- Tipo de letra: Times New Roman, 12.
- Los títulos de los epígrafes deben ir en **negrita**.
- Las figuras y tablas deben ir con un títulos y numeradas en la parte superior.
- Todas las páginas deben ir numeradas.
- Las palabras o expresiones procedentes de otros idiomas irían en cursiva.

# Referencias

## Ejemplo cita corta narrativa

ultrices vel, blandit sit amet diam. Donec quis lacus erat. Phasellus tincidunt sollicitudin eros in ullamcorper.

Interpretando estos resultados, Freud (1915) sugiere que la "aptitud para la cultura a la capacidad de un ser humano para reformar las pulsiones egoistas bajo la influencia del erotismo, podemos enunciar que consta de dos partes, una innata y la otra adquirida en el curso de la vida" (p. 421). por lo tanto, es muy variable la proporción de ambas entre sí.

Quisque eget sodales eros, non volutpat ex. Morbi nibh dolor, molestie ac ultrices vel, blandit sit amet diam. Donec quis lacus erat. Phasellus tincidunt sollicitudin eros in ullamcorper.

Ejemplo de una cita narrativa corta (menos de 40 palabras).

## Ejemplo cita corta entre paréntesis

Quisque eget sodales eros, non ex. Morbi nibh dolor, molestie ac ultrices vel, blandit sit amet diam. Donec quis lacus erat. Phasellus eros in ullamcorper también existen conclusiones dónde se afirma que la "aptitud para la cultura a la capacidad de un ser humano para reformar las pulsiones egoistas bajo la influencia del erotismo, podemos enunciar que consta de dos partes, una innata y la otra adquirida en el curso de la vida" (Freud, 1915, p. 421).

Duis accumsan lobortis quam quis elementum. Duis sed est porta, luctus ligula sed, auctor purus. Cras vel nunc libero. Sed ultricies ligula lorem. Etiam finibus ante id consequat

volutpat ex. Morbi nibh dolor, molestie ac ultrices vel, blandit sit amet diam. Donec quis lacus erat. Phasellus tincidunt sollicitudin eros in ullamcorper. Vestibulum eros arcu, convallis a gravida id, placerat eget massa.

Otros autores han afirmado lo siguiente:

Habría que apuntar algo como crítica a su desilusión. En sentido estricto no está justificada, pues consiste en la destrucción de una ilusión. Las ilusiones se nos recomiendan porque ahorran sentimientos de displacer y, en lugar de estos, nos permiten gozar de satisfacciones. Entonces, tenemos que aceptar sin queja que alguna vez choquen con un fragmento de la realidad y se hagan pedazos.

Dos cosas en esta guerra han provocado nuestra desilusión: la ínfima eticidad demostrada hacia el exterior por los Estados que hacia el interior se habían presentado como los guardianes de las normas éticas, y la brutalidad en la conducta de individuos a quienes, por su condición de partícipes en la más elevada cultura humana, no se los había creído capaces de algo semejante. (Freud, 1915, pp 50-51)

Vestibulum id nulla eget quam tempor tincidunt vel quis nisl. In ut nisi tempor, mollis mauris non, vehicula leo. Nam pulvinar dictum sagittis. Morbi sed est odio. Pellentesque suscipit

Ejemplo de cita APA de más de 40 palabras marcada en verde

## Una paráfrasis larga

Una paráfrasis puede ser de varias oraciones. En tales casos, cite el trabajo que se parafrasea en la primera mención. Una vez que el trabajo ha sido citado, no es necesario repetir la cita siempre que el contexto de la escritura deje en claro que el mismo trabajo continúa parafraseado.

Según Taleb (2019) el crac bancario del 2018 fue por cuenta de una acumulación de riesgos ocultos y asimétricos y que los banqueros estaban empeñados en búsqueda de rentas. Además, encontró que la elección de Donald Trump era obvia ya, dijera lo que dijera, se presentaba al público como una persona verdadera, al contrario, de los otros candidatos.

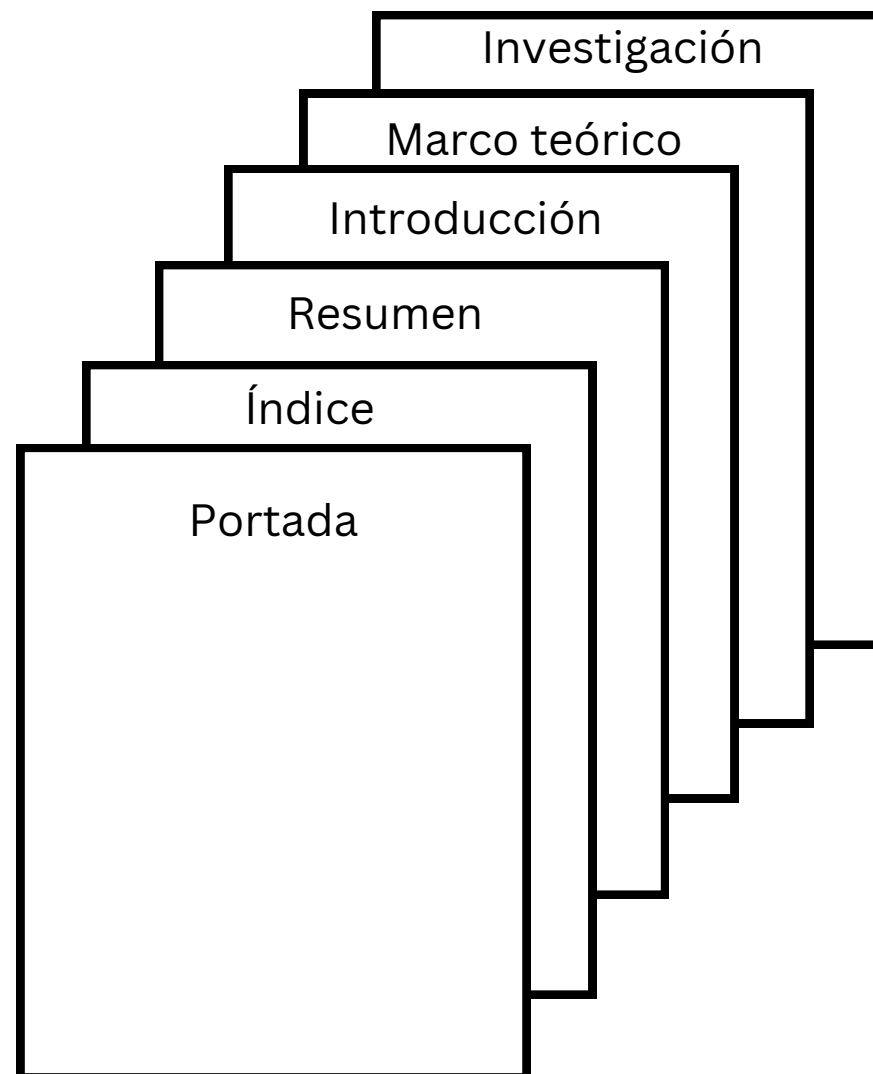
### Ejemplo

El índice de muertes violentas durante el siglo XXI ha aumentado de manera exponencial (Ramírez, 1983).

### Ejemplo

Según Taleb (2016) el crac bancario del 2018 fue por cuenta de una acumulación de riesgos ocultos y asimétricos y que los banqueros estaban empeñados en búsqueda de rentas (pp. 30-31).

# Estructura



- El orden de los elementos es el siguiente: **portada, índice, resumen y palabras clave, introducción, marco teórico, diseño de la investigación, resultados, análisis e interpretación, conclusiones, referencias bibliográficas y anexos.** No todos son imprescindibles, según el criterio del director del trabajo.
- **La portada es un documento oficial** que debes descargar de la página web.
- El nombre del archivo en el momento del depósito debe seguir la normativa: **APELLIDO1\_APELLIDO2\_NOMBRE\_GRADO ABREVIADO\_MEMORIA.** Ejemplo:  
ARIAS\_URRUTIA\_ÁNGEL\_GHUM\_MEMORIA

# Portada

CEU  
Universidad  
San Pablo

FACULTAD DE HUMANIDADES  
Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Departamento de  
Comunicación Audiovisual y Publicidad  
Humanidades  
Periodismo y Narrativas Digitales (*elige el departamento al que pertenece tu director*)

TRABAJO FIN DE GRADO

**Título del trabajo en español**  
*Título del trabajo en inglés*

Mayo / junio de 2025 (*elige la opción adecuada*)

Grado en: Comunicación Audiovisual / Comunicación Digital / Historia / Historia del Arte / Humanidades / Periodismo / Publicidad y Relaciones Públicas (*elige el grado por el que presentas tu TFG*)  
Convocatoria: Ordinaria / Extraordinaria (*elige la convocatoria de tu depósito*)  
Tipo de trabajo: Académico  
Idioma: Español / Inglés (*elige el idioma de tu TFG*)

Nombre y apellidos del alumno/a:  
Nombre y apellidos del director/a:  
Visto bueno del director/a: (*a rellenar por el director/a con un Sí o No*)

Curso: 2024-2025

Descargártela de la página web de la Facultad de Humanidades y CC. de la Comunicación. Asegúrate de que es la portada para los “Trabajos Académicos”.

No se podrá modificar el diseño de la portada pero sí el texto, de acuerdo con las características de tu TFG:

1. Selecciona el departamento al que pertenece tu director. Si no lo sabes, pregúntaselo.
2. Escribe el título de tu TFG en español e inglés.
3. Indica el mes de tu depósito.
4. Escribe el Grado por el que presentas tu TFG.
5. Indica la convocatoria.
6. Señala el idioma de tu trabajo.
7. Escribe tu nombre y apellidos.
8. Escribe el nombre y apellidos de tu director/a.
9. Señala “sí” si tu director te ha dado el visto bueno y, por lo tanto “firma” tu trabajo o indica “no”, si tu director te ha dicho que no da su visto bueno y no lo firma.

# Por partes...

## CAPÍTULO DE INTRODUCCIÓN I

Debe incluir aspectos como la justificación de la investigación, los objetivos, las preguntas de investigación, las hipótesis, la metodología y el plan de trabajo. Aunque estos también pueden situarse en “el diseño de la investigación”.

### Justificación

- Indica por qué el tema es interesante, actual.
- Apela a noticias recientes o a problemas contemporáneos. Puedes incluir alguna cita que así lo refuerce.
- Puedes incluir una breve justificación de las razones personales, siempre que aporte y sea profesional.

### Objetivos

- Lo que se desea conseguir con la investigación.
- Suele ser suficiente con cuatro o cinco.
- Suelen escribirse en infinitivo: investigar, analizar, entender, identificar, describir...
- Por lo general, deben responder a la estructura de los capítulos (cada objetivo se resuelve en un capítulo).

### Preguntas de investigación

- Permiten profundizar en los aspectos específicos que se pretenden responder mediante el estudio.
- Estas preguntas deben estar alineadas con los objetivos y sirven como guía para desarrollar el marco teórico y la metodología de la investigación.

# Por partes...

## CAPÍTULO DE INTRODUCCIÓN II

Debe incluir aspectos como la justificación de la investigación, los objetivos, las preguntas de investigación, las hipótesis, la metodología y el plan de trabajo.

### Hipótesis

- Planteamiento específico que se quiere demostrar (o no, o en qué casos).
- A través de la consecución de los objetivos podremos (o no) demostrarla.
- Tiene que ser demostrable con los medios de que disponemos y la metodología que vamos a emplear.
- No puede ser una obviedad.
- No todos los trabajos tienen.

### Metodología

- Cómo contrastar la/s hipótesis.
- Fuentes secundarias que vas a emplear: destacar las más relevantes.
- Fuentes primarias que vas a generar.
- Trabajo de campo que emplea técnicas de investigación cualitativas y/o cuantitativas. Acota la investigación en todos los parámetros (cómo, dónde, cuándo, cuánto, para qué...).

### Plan de trabajo

- Se puede incluir un pequeño epígrafe que explique en qué orden y marco temporal vas a realizar cada una de las partes del trabajo.
- No es imprescindible, pero puede aportar coherencia.

# Por partes...

## MARCO TEÓRICO

En esta parte del trabajo hay que reflejar la información más relevante obtenida en la revisión bibliográfica. Se puede establecer el número de epígrafes que se consideren necesarios.

- Es una exposición acerca de los principales trabajos que han abordado el tema de tu estudio. Pueden ser artículos, monografías, capítulos, etc.
- Deben recoger el conocimiento existente sobre la materia.
- Varían en función del trabajo, pero suelen ser entre dos y cuatro capítulos.
- Las citas aquí son fundamentales.
- Se pueden incluir tablas y figuras.



# Por partes...

## TRABAJO DE CAMPO (SI PROCEDE)

Tras aplicar tu metodología de investigación, en esta parte incluirás los resultados de tu estudio y la discusión. Ten en cuenta que esta estructura va a variar en función de la tipología de tu estudio, un ejemplo de estructura podría ser:

### Introducción

- De carácter metodológico, justifica el porqué del trabajo y el porqué de cada decisión tomada en cuanto al diseño metodológico, el tipo de investigación, las técnicas, el marco temporal, el muestreo y muestra, etc.

### Resultados

- Descripción objetiva de los datos obtenidos con el fin de interpretar su significado.
- Codificación y categorización de la información de acuerdo con su carácter cualitativo o cuantitativo.
- Se pueden organizar a partir de los objetivos, de los conceptos principales de la investigación o de las variables objeto de estudio.

### Interpretación y discusión

- Interpretación de los resultados obtenidos en el análisis, relacionándolos con los objetivos, las hipótesis y el marco teórico.
- Examina el significado de los resultados, identifica implicaciones, compáralos con estudios previos.

# Por partes...

## CONCLUSIONES

Las conclusiones deben ser sintéticas. Incluir fortalezas y debilidades de la investigación y líneas de investigación futura.

### Conclusión

- Resume los resultados más relevantes y responde a las preguntas de investigación planteadas al inicio del estudio.
- Confirma el cumplimiento de objetivos e hipótesis.
- Indica las aportaciones del proyecto.

### Recomendaciones

- A la luz de los hallazgos obtenidos, sugiere áreas o preguntas que podrían explorarse en investigaciones futuras para ampliar o complementar los hallazgos.
- Haz propuestas de acción para proyectos profesionales vinculados al tema tratado.

### Limitaciones

- Expón de forma breve las limitaciones encontradas durante la investigación, como restricciones de tiempo, recursos, tamaño de la muestra, etc.
- “Da pistas” a futuros investigadores del tema.


# Ejemplos de 10

- El impacto de la COVID-19 en el turismo: el caso de Airbnb.
- “Chick flicks”: USP del *product placement* en las películas dirigidas al público femenino.
- Análisis de las formas de *product placement* en la música: billboard hot 100 (2000–2010)
- Estrategias de comunicación en Instagram del sector de la distribución comercial: análisis comparado de Dia, Lidl y Aldi.
- Influencia del *greenwashing* en la percepción de los hábitos de consumo del sector moda.
- Modelos masculinos de belleza en las revistas de tendencias para hombres.
- Análisis comparativo de las técnicas de *merchandising* del grupo Inditex: Bershka vs. Massimo Dutti.
- Estrategias de comunicación en Instagram de las principales ferias de arte en España: el caso de Arco, Art Madrid y Justmad.
- El uso de menores en las publicaciones de las top *mum influencers*: implicaciones legales y éticas.
- Las motivaciones de compra y percepción de los alimentos ecológicos en el mercado español.

# Consejos

1. Elige un tema que puedas llegar a dominar y en el que tu director/a pueda ayudarte a centrar el objeto de estudio pero que también te resulte atractivo, vas a pasar muchos meses con él.
2. Déjate aconsejar.
3. Organiza bien tu tiempo. Asegúrate de dedicarle horas cada semana.
4. Establece un calendario de trabajo realista, que contemple terminar el TFG varias semanas antes de la entrega, para dar tiempo a las correcciones, retrasos e imprevistos.
5. Tu TFG puede ser tu carta de presentación a las empresas, ponle cariño y dale el enfoque adecuado.

# Trabajo experimental / de desarrollo profesional

 **CEU**  
Universidad  
San Pablo

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

Departamento de Comunicación  
Audiovisual y Publicidad

**IDEACIÓN Y PROTOTIPADO DE LA APP MÓVIL  
ERASMUS HUB**

**IDEATION AND PROTOTYPING OF THE ERASMUS HUB  
MOBILE APP**

Junio de 2023

Vº Bº Director: Autor:

Carmen Rodrigo Jordán Lucía de la Cueva Silva

Grado en Comunicación Digital

Curso 2022/2023

Ideación y prototipado de la App móvil Erasmus HUB

 **CEU**  
Universidad  
San Pablo

FACULTAD DE HUMANIDADES  
Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

MEMORIA TRABAJO FIN DE GRADO

**PROPUESTA DE CAMPAÑA CREATIVA PARA  
COOPERACIÓN INTERNACIONAL**

*CREATIVE CAMPAIGN PROPOSAL FOR  
COOPERACIÓN INTERNACIONAL*

Mayo de 2024

Grado en: Publicidad y Relaciones Públicas	
Convocatoria: ordinaria	
Tipo de trabajo: experimental	
Idioma: español	
Nº total de documentos/archivos de este TFG incluyendo la memoria: 2	
Vº Bº de la directora:	Firma autor/a:
	
Marta Medina Núñez	Laura Guisado Hodgson

Propuesta de campaña creativa para Cooperación internacional

 **CEU**  
Universidad  
San Pablo

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad  
Sección departamental Radio

**REPORTAJE SONORO: 15 AÑOS DE LA EUROCOPA QUE GANÓ  
LA ESPAÑA DE LUIS ARAGONÉS**

**RADIO REPORT: 15 YEARS OF LUIS ARAGONÉS SPAIN'S  
EUROCUP**

JUNIO de 2023

Vº Bº Director: Autor:

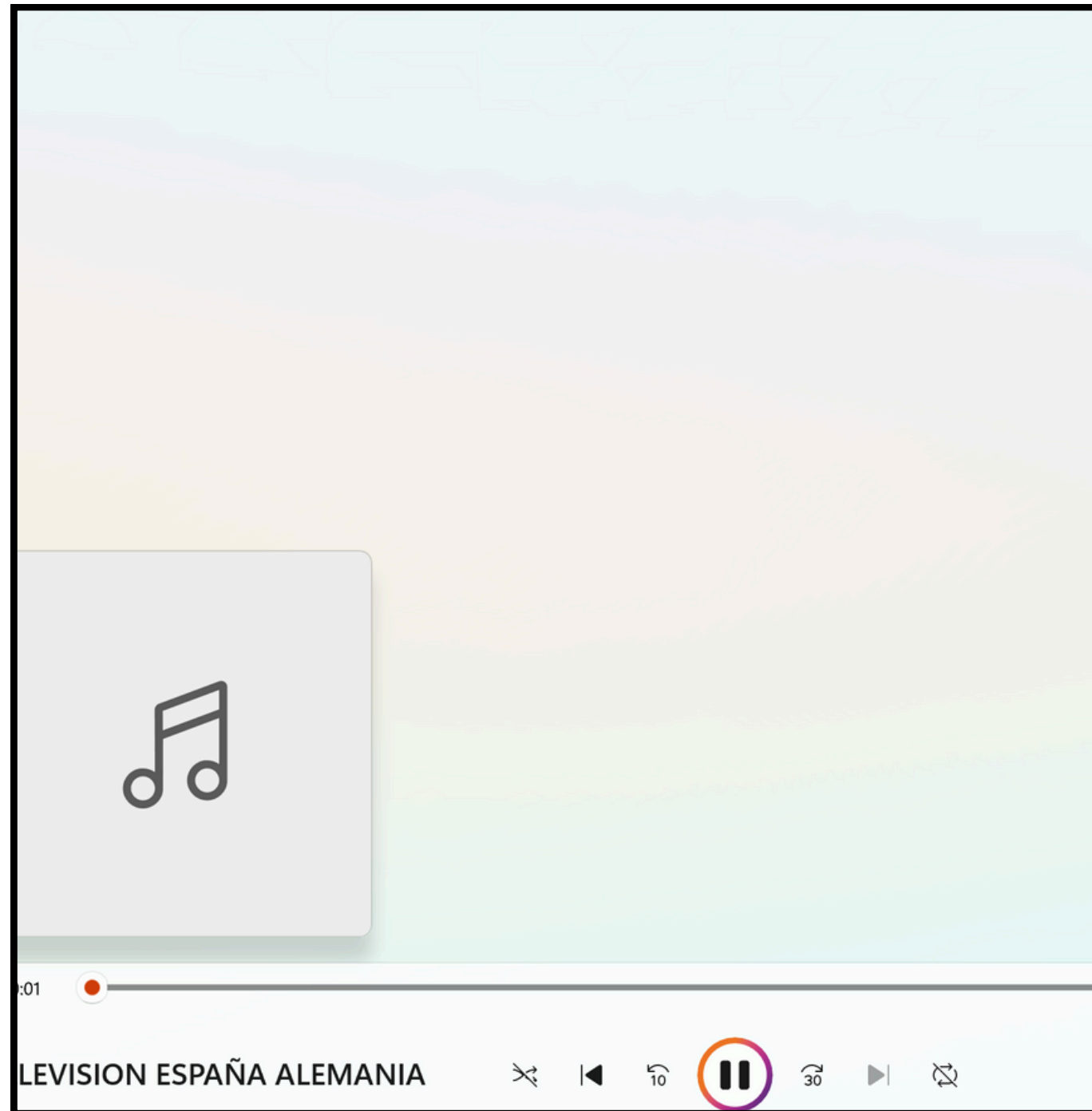




Dr. José Antonio Alonso Fernández Joan Oliver Soriano

Reportaje sonoro: 15 años de la Eurocopa que ganó la España de Luis Aragonés

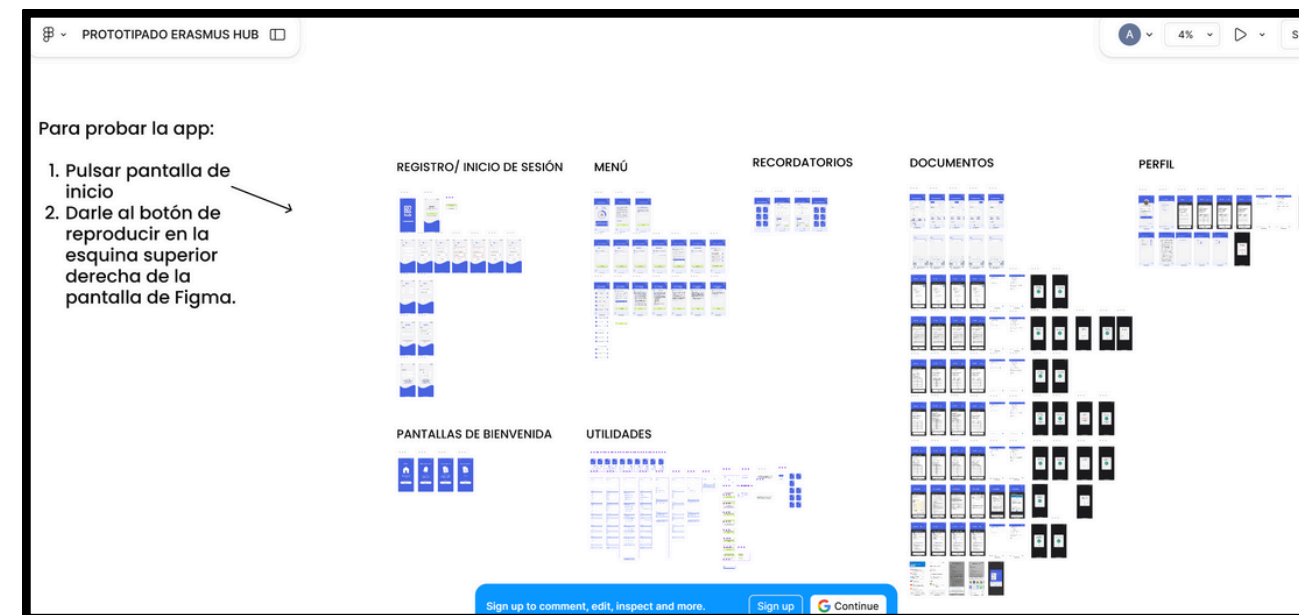
# Trabajo experimental / de desarrollo profesional



Reportaje sonoro: 15 años de la Eurocopa que ganó la España de Luis Aragonés



Propuesta de campaña creativa para Cooperación internacional

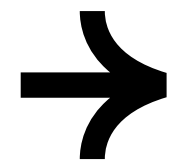


Ideación y prototipado de la App móvil Erasmus HUB

# Características principales

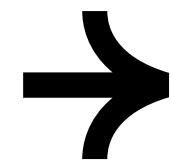
## Dos documentos

la propuesta práctica (publicación, programa de radio, aplicación web, etc.) y una memoria escrita (según las normas generales) que refleje la evolución y las conclusiones de dicha investigación.



## de investigación aplicada

es fundamental la aplicación de los conceptos teóricos adquiridos durante el Grado y el correcto empleo de los medios técnicos requeridos para la adecuada realización de cada proyecto.



## en un contexto profesional

que se ajuste a las modalidades de trabajos experimentales, de acuerdo con el Grado por el que te presentas.

Si tienes dudas, revisa la normativa, si aún no estás seguro, consulta con tu director de Grado.

# Modalidades

CÓDIGO	MODALIDAD	PER	CAV	PUB	DIG	HUM	HIS	HAR	EDU
T.EX.01	Branded content para publicación gráfica			x					
T.EX.02	Campaña publicitaria			x	x				
T.EX.03	Creación de una situación de aprendizaje								x
T.EX.04	Creación de una start-up				x				
T.EX.05	Creación de una web, plataforma de e-commerce, app, etc.				x				
T.EX.06	Desarrollo de un espacio en la web de contenido cultural, artístico, etc.				x				
T.EX.07	Diseño de un centro escolar								x
T.EX.08	Diseño de un manual de identidad corporativa			x					

CÓDIGO	MODALIDAD	PER	CAV	PUB	DIG	HUM	HIS	HAR	EDU
T.EX.30	Propuesta realización de producciones audiovisuales		x						
T.EX.31	Proyecto de escritura creativa de narrativa breve	x	x	x	x	x			
T.EX.32	Realización de un proyecto de innovación educativa								x
T.EX.33	Redacción y edición del contenido de una publicación periódica	x							
T.EX.34	Retos didácticos para el programa de inmersión								x
T.EX.35	Serie temática de reportajes o de entrevistas escritas	x							
T.EX.36	Televisión	x	x						
T.EX.37	Vídeo (ficción)		x						
T.EX.38	Vídeo publicitario		x	x					

CÓDIGO	MODALIDAD	PER	CAV	PUB	DIG	HUM	HIS	HAR	EDU
T.EX.09	Diseño gráfico	x	x	x	x				
T.EX.10	Documental radiofónico o gran reportaje / podcast	x	x						
T.EX.11	Documental y reportaje	x	x						
T.EX.12	Edición crítica de un documento					x	x	x	
T.EX.13	Elaboración de retos didácticos para el programa de inmersión								x
T.EX.14	Estrategia de marca / reposicionamiento de una marca			x	x				
T.EX.15	Ficción sonora		x						
T.EX.16	Fotografía	x	x	x	x				
T.EX.17	Guía de lectura de una obra literaria					x			
T.EX.18	Nuevos proyectos periodísticos	x							
T.EX.19	Organización de evento o acción de RR.PP.			x					
T.EX.20	Plan de Comunicación	x		x					
T.EX.21	Plan de Comunicación Digital				x				
T.EX.22	Plan de Marketing			x					
T.EX.23	Plan de Marketing de Contenidos				x				
T.EX.24	Plan de Marketing Digital				x				
T.EX.25	Plan de Redes Sociales			x	x				
T.EX.26	Podcast publicitario/branded content sonoro o audiovisual			x					
T.EX.27	Porfolio	x	x	x	x				
T.EX.28	Programa de radio	x	x		x				
T.EX.29	Propuesta para la conmemoración de personajes o acontecimientos históricos					x	x	x	



# Portada

The image shows a cover page template for a TFG Experimental work. It features the CEU Universidad San Pablo logo at the top left. The text is centered and includes the faculty name 'FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN', the department 'Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad Humanidades', and the specific area 'Periodismo y Narrativas Digitales (elige la opción adecuada)'. It specifies 'MEMORIA TRABAJO FIN DE GRADO' and provides fields for the title in Spanish and English, the month of deposit (May or June 2025), the degree, the convocation, the type of work, the language, and the number of documents. There are also fields for the student's name, the director's name, and a 'visto bueno' (approval) from the director. The course 'Curso: 2024-2025' is noted at the bottom.

Esta portada será de uso obligatorio para la memoria escrita de tu TFG Experimental (no es necesario usarla para la propuesta práctica). Puedes descargarla de la página web de la Facultad de Humanidades y CC. de la Comunicación. Asegúrate de que es la portada para los “Trabajos Experimentales\_Memoria”. No se podrá modificar el diseño de la portada pero sí el texto, de acuerdo con las características de tu TFG:

1. Selecciona el departamento al que pertenece tu director. Si no lo sabes, pregúntaselo.
2. Escribe el título de tu TFG en español e inglés.
3. Indica el mes de tu depósito.
4. Escribe el Grado por el que presentas tu TFG.
5. Indica la convocatoria.
6. Señala el idioma de tu trabajo.
7. Escribe tu nombre y apellidos.
8. Escribe el nombre y apellidos de tu director/a.
9. Señala “sí” si tu director te ha dado el visto bueno y, por lo tanto “firma” tu trabajo o indica “no”, si tu director te ha dicho que no da su visto bueno y no lo firma.

# Estructura

Los Trabajos Fin de Grado de carácter experimental estarán compuestos de dos partes claramente diferenciadas: la propuesta práctica y la memoria del trabajo.

## PROPUESTA PRÁCTICA

No existe un formato de entrega específico para este tipo de trabajo, sino que la elección de uno u otro formato dependerá de la modalidad de trabajo experimental elegida por cada estudiante.

■ TFG Experimental / De desarrollo profesional

## MEMORIA

La memoria debe constar al menos de los siguientes epígrafes:

- Portada
- Índice
- Resumen y palabras clave (en español e inglés)
- Introducción (justificación del tema, metodología, objetivos y público al que se dirige)
- Marco teórico / desarrollo del proceso
- Evaluación de los resultados y conclusiones
- Bibliografía y fuentes
- Anexos y apéndices

# Formmato memoria

## 1.3 METODOLOGÍA Y FUENTES

Para la elaboración de este reportaje radiofónico fue crucial encontrar un hecho de relevancia actual relacionado con el mundo del deporte y, a ser posible, con el Club Atlético de Madrid. Este paso es de vital importancia para elaborar un reportaje, ya que como apunta Echevarría (2001):

La selección es un proceso fundamental en el trabajo del periodista. De hecho, en la rutina periodística diaria se producen diversas selecciones: qué acontecimientos se van a difundir, desde qué género periodístico se van a tratar y qué importancia se le otorgará a cada uno de ellos.

Además, en todo proyecto se debe realizar una selección tanto del tema como del formato. De acuerdo con Rivas Zambrano (2017) un reportaje debe:

Presentar los hechos de la forma más completa posible. Profundizar en la noticia y facilitar las causas, antecedentes y consecuencia, es decir: estudiar y analizar los hechos previos, las motivaciones y las circunstancias del hecho.

En este sentido, en esta investigación se pretende profundizar en la historia del futbolista, dentro y fuera del club madrileño. Al tratarse de una figura concreta y su papel en el Atlético de Madrid, se analizó y ponderó qué fuentes podrían enriquecer el hilo argumental del reportaje.

Basándonos en la descripción del proyecto, la importancia está en las fuentes, por lo tanto se seguirá una metodología cualitativa. Quecedo y Castaño (2002) destacan que es “la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”. Una definición que se refuerza con la del Centro Virtual Cervantes<sup>1</sup>:

Se pueden agrupar las técnicas de recogida de datos de la investigación cualitativa en tres grandes categorías, basadas respectivamente en la observación directa, las entrevistas en profundidad y el empleo de documentos.

Para todo ello, la metodología ha pasado por un primer proceso de revisión bibliográfica, hemerográfica y audiovisual.

Posteriormente se completa con el trabajo de campo. Los datos que se aportan, tanto en la memoria escrita como en el documento sonoro, son inéditas hasta la fecha. Proceden

<sup>1</sup> Cervantes, C. C. V. (s. f.). *CVC. Diccionario de términos clave de ELE. Metodología cualitativa*.

reality ‘Masterchef’, que emite en diferentes canales según el país, como por ejemplo el primer canal de *Televisión Española* en España. Se trata de los cocineros Jordi Cruz, Gordon Ramsey, Marcus Wareing y Bruno Barbieri-todos ellos con al menos dos estrellas Michelin- todos ellos con más de 250 mil seguidores en *Instagram* (ver tabla 1). Para validar la idoneidad de la muestra de los chefs más reconocidos –Barbieri, Cruz, Ramsey, y Wareing se recurrió a la herramienta *Social Blade* y el algoritmo SEO (*Search Engine Optimization*) de *Google*.

Tabla 1. Ficha técnica de los chefs

Usuario	Nombre y Apellido	Juez de ‘Masterchef’	Número de seguidores (mayo 2023)
@gordongram	Gordon Ramsey	EEUU e Inglaterra	14,1 mill.
@jordicruzoficial	Jordi Cruz	España	1,4 mill.
@marcuswareing	Marcus Wareing	Inglaterra	259 mil
@brunobarbieri_chef	Bruno Barbieri	Italia	1,3 mill.

Fuente de elaboración propia (*Social Blade*, 2023)

El trabajo de campo se realizó entre los meses de octubre de 2022 a abril de 2023, centrándose en las publicaciones publicitarias permanentes- *posts* del *feed*- realizadas desde los 4 perfiles. Se seleccionó este periodo de tiempo porque en ese momento se estaban emitiendo los respectivos programas de ‘Masterchef’ en cada país.

En total, de los 8.400 *posts* que hay sumando las publicaciones de estos perfiles, se estudiaron sólo los comprendidos en los meses referidos, que suman un total de 465 de los que se estudiaron a fondo 120. Para ello, se emplearon de nuevo las herramientas *Socialblade* y *Phlanx*, que obtienen datos de la interfaz de programación pública de *Instagram*, extrayendo información estadística de los usuarios.

Una vez recolectada toda esta información y convenientemente ordenada, se procedió a su análisis que ha consistido en detectar e inferir, a partir de los elementos más

- Puede realizarse en inglés o español.
- El lenguaje debe ser académico y científico. Debe utilizarse el léxico profesional de cada disciplina. **No es aceptable el uso del lenguaje coloquial.**
- La revisión ortográfica es responsabilidad del autor.
- La memoria tendrá extensión **mínima de 20 páginas y máxima de 30**. No obstante, y si se justifica debidamente por las características del trabajo, no se establecerá una extensión máxima.
- Interlineado: **1,5. Sin sangrados.**
- Tipo de letra: **Times New Roman, 12.**
- **Citas** sangradas o al pie en cuerpo **10**.
- Los títulos de los **epígrafes deben ir en negrita.**
- Las **figuras y tablas** deben ir con un títulos y numeradas en la parte superior.
- Todas las páginas deben ir **numeradas**.
- Las palabras o expresiones procedentes de otros idiomas irían en cursiva.

# Por partes...

## CAPÍTULO DE INTRODUCCIÓN

Debe incluir aspectos como la justificación del tema, la metodología y los objetivos que se persiguen conseguir.

### Justificación

- Resume el proceso de selección y de acotación del tema.
- Señalar cuál es su interés.
- Incluye un breve párrafo acerca de la(s) asignatura(s) del Grado con las que se relaciona el TFG.

### Metodología

- Explicar los criterios que has seguido para elegir los métodos y las fuentes que se utilizan: interés, accesibilidad...
- Hay que mencionar las posibles dificultades y limitaciones: archivos no accesibles, lagunas en la documentación, material en mal estado, etc.

### Objetivos y público

- Especifica la finalidad del trabajo y establece los correspondientes objetivos (generales y específicos).
- En este sentido, será de vital importancia – especialmente en trabajos experimentales del ámbito de la publicidad – señalar el público al que se dirige.

# Por partes...

## MARCO TEÓRICO Y DESARROLLO DEL PROCESO

Debe incluir aspectos como la justificación del tema, la metodología y los objetivos que se persiguen conseguir.

### Base teórica

- Indica la información obtenida en la revisión bibliográfica y estado de la cuestión, destacando sus fortalezas y, del mismo modo, señalando las dificultades encontradas.

### Desarrollo del proceso

- Especifica los pasos dados para crear tu proyecto.
- Se trata de justificar las decisiones tomadas en base a tu investigación previa.

# Por partes...

## EVALUACIÓN DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Las conclusiones seguirán las mismas pautas establecidas en las normas generales.

### Resultados

- Indica cómo has puesto en práctica los conocimientos teóricos y prácticos durante el Grado.
- Si tu proyecto se ha puesto en marcha, puedes señalar resultados reales (por ejemplo, de estrategia de redes sociales).

### Conclusiones

- Retoma los objetivos planteados al inicio de tu proyecto e indica si se han cumplido (o no).

# Consejos

1. Procura que tu propuesta práctica sea lo más parecido a la realidad profesional posible. Tanto en contenido como en presentación.
2. La memoria ha de ser una acumulación de justificaciones de todas las decisiones tomadas en el proyecto, también ha de servir como base de la investigación previa para llegar a tomar dichas decisiones.
3. No descuides el formato ni el contenido de la memoria. No olvides añadir citas.
4. Asegúrate de que sigues las indicaciones de decanato sobre el depósito (se os harán llegar por correo electrónico unos días antes), tanto en la nomenclatura de los archivos como en especificaciones concretas (carpetas comprimidas, por ejemplo).

# Ejemplos de 10

- Organización de un evento para la marca de joyería CAS DEIÀ.
- Guía-anuario de fuentes tecnológicas para periodistas 2022.
- Documental: el mito griego a través del tiempo. Prometeo.
- “Más allá del cuento”: propuesta de ficción sonora en formato seriado para Podium Podcast.
- Manual de Identidad Visual Corporativa de Ridem.
- Propuesta gráfica y tipográfica para una revista impresa sobre arte, diseño, arquitectura y lifestyle: Afrikana.
- Diseño y prototipado de una aplicación para smartphone: Myclass.
- La gráfica de las aficiones: el caso concreto del tifo de la ‘Demencia’ del Club de Baloncesto Estudiantes conmemorativo del 75 aniversario.
- Creación de una marca: GWP by Samsonite.
- ‘Paulo Futre: de Montijo al Manzanares’: Un reportaje radiofónico sobre su figura como leyenda rojiblanca (1987-2022).
- Pediatras influencers, consulta a través de las pantallas. Presencia y tratamiento de la salud infantil en Instagram.





# El tema

¿Puedo cambiarlo?



# Elección del tema

Sí puedes cambiar tu tema, previo acuerdo con tu director/a. No hace falta que lo comuniques al departamento o equipo decanal.

## La asignación

La asignación de tema / director se ha hecho teniendo en cuenta tus intereses, pero eso no quiere decir que el tema sea el definitivo. Eso sí, ha de estar relacionado con un campo en el que tu director/a sea un experto/a.


## El interés

Asegúrate de que te gusta, vas a trabajar mucho en este proyecto.

Solicita una tutoría con tu director/a y propón temas afines a tus intereses y/o proyectos que hayas hecho en diferentes asignaturas y que has disfrutado.

## La viabilidad

Aprovecha tus recursos. Si estás haciendo prácticas, podrías relacionar tu proyecto con uno real de la empresa (siempre y cuando no afecte a la confidencialidad de la entidad), si tienes familiares con empresas, puedes hacer algo al respecto.

- 
1. Cuanto más **CONCRETO y ESPECÍFICO** sea el tema mejor, más fácil.
  2. Cuanto **MÁS REAL**, mejor. Date cuenta de que se trata de poner todos tus conocimientos en un proyecto. Demuéstranos todo lo que has aprendido y ponlo en práctica.
  3. Piensa en la **JUSTIFICACIÓN** del tema, ¿es sólida? ¿tiene sentido?

# CONSEJOS



**sos**

**Preguntas Frecuentes**



# ¿Puedo hacer mi TFG con un compañero?

De acuerdo con la Normativa TFG: los TFG en la modalidad de Proyecto de Desarrollo Profesional / Experimental pueden desarrollarse en grupo, por un máximo de 3 alumnos, pero las memorias serán individuales y sus títulos y defensas deberán reflejar el elemento diferenciador de cada proyecto.

Los TFG en la modalidad de Trabajo de Investigación se desarrollarán de forma individual.

# Mi director/a no me contesta a los correos, ¿qué puedo hacer?

Es posible que la dirección de correo a la que estás escribiendo sea errónea (muchos profesores tienen dos correos, asegúrate de que acaba en @ceu.es). Si esta vía no funciona, intenta contactar personalmente, a la salida de clase o en su despacho. Lo más fácil es preguntar a los bedeles por la localización de su clase o mesa. Si nada de esto funciona, acude al director/a de tu titulación.

# Estoy haciendo prácticas, ¿puedo hacer algo sobre esto?

Si es un tema que has acordado con tu director/a, sí. Ten en cuenta que a veces es difícil acceder a información en las empresas, además del carácter confidencial de los contenidos que puedas manejar acerca de la entidad. Lo mejor es que tu director/a te oriente sobre este aspecto.

# Mi director me dice que no firma mi trabajo, ¿qué hago?

Puede darse la situación en la que un director/a decida no firmar el trabajo, normalmente por la falta de seguimiento del proyecto (no ha habido tutorías, no ha habido oportunidad de leer el trabajo, el alumno no ha respondido en tiempo y forma a las especificaciones del director/a). En ese caso, el alumno igualmente tiene el derecho de presentar su trabajo.



# ¿Cuándo se entrega el TFG?

Hay una fecha oficial y otra no oficial. Esta segunda corresponde al momento en el que entregas tu proyecto a tu director/a. Es importante dar margen para que puedas recibir las orientaciones últimas sobre tu trabajo previamente a depositar. Te aconsejamos que termines tu TFG un mes antes de la fecha oficial del depósito.

# ¿Baja la nota si voy a extraordinaria directamente?

No baja, pero pierdes opciones de optar a matrícula porque hay un número máximo de matrículas según grupos. Si en la ordinaria ya hay muchas matrículas, ocuparán ese cupo.

A modo de consejo, piensa que el plazo entre la convocatoria ordinaria y la extraordinaria es muy breve. Organízate bien y no pierdas la ocasión de contar con una segunda oportunidad.

¿No pudiste asistir a la sesión? No te pierdas las píldoras de vídeo que hemos grabado para ti.



“

Un objetivo sin un  
plan es solo un deseo.

**¡A por ello!**

