

OFERTAS Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN PARA EL TFG POR ÁREA/TITULACIÓN

Para facilitar el acceso a un tutor/a de TFG, se presentan algunas de las ofertas y líneas de investigación propuestas por algunos docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Al margen de estas propuestas, los estudiantes podrán plantear los temas que deseen tratar en su TFG a cualquier docente de la Facultad que consideren más idóneo para que sea su tutor/a.

1. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Experimentación creativa de la cinematografía. Diseño y realización, individual o grupal, de creaciones cinematográficas. aurelio.delportillo@urjc.es

Relación e interacción entre los lenguajes artísticos y la cinematografía. Estudios teóricos y analíticos sobre las influencias y sinergias que se manifiestan en la interacción entre los diferentes lenguajes artísticos y el lenguaje. aurelio.delportillo@urjc.es

Tecnologías audiovisuales y creatividad. Estudios teóricos y analíticos sobre la actualización de herramientas tecnológicas y métodos de trabajo en relación con la creatividad en el ámbito de las expresiones audiovisuales. aurelio.delportillo@urjc.es

Análisis del discurso audiovisual. Consiste en escoger un-os aspecto-s formal-es de los textos audiovisuales seleccionados para estudiar cómo se construye un discurso cultural sobre la realidad. laura.anton@urjc.es **Observaciones:** Enviar una propuesta de análisis donde figuren el objetivo principal y el objeto de análisis.

Estudio de la construcción de la identidad femenina en el discurso audiovisual. Cómo se construye la identidad femenina en los textos audiovisuales. laura.anton@urjc.es **Observaciones:** Enviar una propuesta de análisis donde figuren el objetivo principal y el objeto de análisis.

Fotografía, cine experimental, cine y música. ricardo.roncero@urjc.es

Narración en cine, series de tv y videojuegos. Estudios de estructuras narrativas, personajes, estilo, influencias e hibridaciones. alfonso.cuadrado@urjc.es

La representación de la diversidad de la sociedad actual en la narrativa audiovisual de películas y series. La sociedad actual se caracteriza por una diversidad de género; de personas con discapacidad; de orientación sexual; de edades; de origen racial o étnico; de procedencia rural, etc. con infra y sobre representación en las narrativas audiovisuales de películas y series. Es un campo de investigación todavía novedoso en el ámbito de la comunicación audiovisual. javier.carrillo@urjc.es

Análisis del discurso en redes sociales. Investigar los discursos y estrategias comunicativas de actores relevantes en redes sociales, sea en ámbitos como la comunicación política, periodística o de ficción. Igualmente, también abarca la recepción del público y la creación de comunidades en RRSS. juan.martin.quevedo@urjc.es

Historia de los medios audiovisuales en España. Investigación acerca del papel histórico de los medios en España, preferiblemente radio y televisión, aunque también puede abordarse el cine y artes similares. juan.martin.quevedo@urjc.es

Planes de comunicación e identidad corporativa. Elaboración de planes de comunicación para organizaciones, incluyendo planes de redes sociales, medios tradicionales y uso de la RSC. juan.martin.quevedo@urjc.es

Netflix, Redes sociales, Historia de la televisión. juan.martin.quevedo@urjc.es

Estudios de género. Análisis de producciones audiovisuales desde el punto de vista de los estudios de género. nerea.cuenca@urjc.es

Reportaje radiofónico. Preproducción, producción, realización y postproducción de un reportaje radiofónico de la temática elegida por el alumno/alumnos. nerea.cuenca@urjc.es

Narrativa audiovisual. Análisis de contenido: montaje, guion, lenguaje av. nerea.cuenca@urjc.es

Estudios de género, personajes, nuevas plataformas, narrativa. nerea.cuenca@urjc.es

Análisis textuales, narrativos, estéticos, formales, etc., de cualquier tipo de texto audiovisual (cine, series de TV, videojuegos, netArt, etc.). Observaciones: Se requiere entrevista personal previa. lorenzojavier.torres.hortelano@urjc.es

Cortometrajes de ficción, documentales, animación, videodanza, fashionfilms, ensayo audiovisual. Memoria de TFG y pieza audiovisual según el género escogido. Observaciones: Se requiere entrevista personal previa. lorenzojavier.torres.hortelano@urjc.es

Guion de largometraje, largo documental, series de TV, videojuegos, documental interactivo. Memoria de TFG: guion + biblia. Observaciones: Se requiere entrevista personal previa. lorenzojavier.torres.hortelano@urjc.es

Análisis textual, guiones, producción audiovisual. Observaciones: Se requiere entrevista personal previa. lorenzojavier.torres.hortelano@urjc.es

Realización de un corto de ficción o corto documental. Producción y realización de un corto de ficción o corto documental de una duración aproximada de 12 minutos. alfonso.palazon@urjc.es

Creación cinematográfica, documental, lenguaje audiovisual, puesta en escena. alfonso.palazon@urjc.es

Estructura del sistema de medios. Análisis económico, social, político y tecnológico de los grupos mediáticos nacionales y/o extranjeros. carmen.caffarel@urjc.es

Servicio público de Radio televisión. Análisis del servicio público de radiotelevisión a nivel europeo, nacional o autonómico en todas sus facetas. carmen.caffarel@urjc.es

Metainvestigación, estructura de medios, RTVE y servicios públicos, comunicación interpersonal. carmen.caffarel@urjc.es

Cultura Digital, Arte y Nuevos Medios. Investigación y creación experimental a partir de nuevos paradigmas vinculados a la cultura digital contemporánea y las nuevas tecnologías: propuestas teóricas crítico-analíticas, trabajos artísticos experimentales, diseño de interfaces, artefactos, instalaciones interactivas, audiovisuales, sonoras, nuevos formatos digitales, nuevas narrativas, nuevas prácticas, nuevos territorios, nuevos imaginarios y nuevas subjetividades que exploren los límites entre la comunicación multimedia, el diseño y el media art. jose.ruiz.martin@urjc.es

Periodismo cultural. Cualquier trabajo de investigación en el ámbito del periodismo cultural (análisis de mensajes periodísticos de la sección de cultura, críticas de conciertos, de cine, teatro..., análisis de revistas culturales o cualquier fenómeno de comunicación cultural, como los booktubers). gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Industria cultural. Análisis de los sectores culturales y comunicativos desde el punto de vista crítico: industria de la música, del cine, del libro, los videojuegos, el sector audiovisual, la prensa. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Estudio de campañas publicitarias. Trabajos de investigación cuantitativos o cualitativos sobre campañas publicitarias desde el punto de vista de los mensajes. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Reportajes multimedia. TFG práctico. TFG de tipo prácticos: reportajes en profundidad montados con recursos multimedia. florencia.claes@urjc.es

Conocimiento libre, investigación periodística. florencia.claes@urjc.es

Historia del cine, Cine Español, Géneros Audiovisuales, Análisis Audiovisual, Ensayo Audiovisual, Documental (teoría y práctica), Reportaje periodístico. isleny.cruz.carvajal@urjc.es

Realización de un cortometraje de ficción. El TFG será práctico, acompañado de una memoria académica, y consistirá en la dirección de un cortometraje de ficción. ramon.luque@urjc.es

Escritura de guion de largometraje. TFG práctico. Guión de un largometraje, acompañado de desarrollo y demás datos sobre argumento, sinopsis, personajes, etc. Acompañado de memoria académica. ramon.luque@urjc.es

Comunicación: teorías y prácticas. TFG académico, crítico e imaginativo que vincule teorías relacionadas con la comunicación con el análisis obras audiovisuales. ramon.luque@urjc.es

Realización, Guion, Teorías de la Comunicación. Proceso Audiovisual. ramon.luque@urjc.es

Análisis de los oficios cinematográficos: estudios de casos/problemas. Observaciones: Las propuestas realizadas de TFG, necesariamente planteadas y acotadas por el estudiante, deberán culminar con la elaboración y redacción de un artículo académico, de entre 20 y 30 páginas, sobre alguna cuestión teórica en torno a una pieza fílmica y que pudiera presentarse para su publicación en una revista especializada con revisión por pares. luis.alonso@urjc.es

Teoría del proyecto fílmico: análisis de aspectos y facetas de la creación audiovisual. Observaciones: Las propuestas realizadas de TFG, necesariamente planteadas y acotadas por el estudiante, deberán culminar con la elaboración y redacción de un artículo académico, de entre 20 y 30 páginas, sobre alguna cuestión teórica en torno a una pieza fílmica y que pudiera presentarse para su publicación en una revista especializada con revisión por pares. luis.alonso@urjc.es

Historia de los procesos cinematográficos: estudios de casos. Observaciones: Las propuestas realizadas de TFG, necesariamente planteadas y acotadas por el estudiante, deberán culminar con la elaboración y redacción de un artículo académico, de entre 20 y 30 páginas, sobre alguna

cuestión teórica en torno a una pieza fílmica y que pudiera presentarse para su publicación en una revista especializada con revisión por pares. luis.alonso@urjc.es

Historia de los Medios Audiovisuales en el contexto español. El objeto de estudio en concreto será propuesto por los/las estudiantes interesados/as en la tutela. Se propone un tema genérico para que sea el/la estudiante quien concrete y acote. Se entienden por Medios Audiovisuales: la fotografía, la fonografía, la cinematografía, la radiodifusión o la televisión. Se entiende por Historia que haya una cronología lo suficientemente alejada de la actualidad como para que haya perspectiva para analizarla. Se atenderá preferentemente aquellos TFGs que planteen como fuentes para la realización, fuentes primarias. Antes de la aceptación definitiva de la tutela se le pedirá a los/las estudiantes que centren el tema y elaboren un mínimo proyecto. begona.soto@urjc.es

Historia del cine de los inicios _ Historia del cine español _ Contribución de las mujeres al cine silente. begona.soto@urjc.es

Medio radiofónico, radio digital, podcast. Comunicación y educación. Investigación competencia comunicativa y digital de docentes y discentes. rebeca.martin@urjc.es

Trabajos prácticos para radio y televisión. fernando.tucho@urjc.es

El impacto material de las tecnologías sobre el medioambiente. Investigaciones y producciones que den a conocer el impacto material que tiene la producción, el uso y el desecho de las tecnologías sobre nuestro entorno social y medioambiental. fernando.tucho@urjc.es

Neurociencias y comunicación. Investigaciones y producciones en torno a la relación de la comunicación con los desarrollos de las neurociencias. fernando.tucho@urjc.es

Impacto material de las tecnologías / Neurociencias y comunicación / Educación mediática / Medios y emociones. Observaciones: Trabajos de investigación en otros ámbitos si el alumno/a tiene interés en orientarse hacia una carrera académica o, al menos, tiene el manejo adecuado de las herramientas de investigación necesarias para llevarlo a cabo. fernando.tucho@urjc.es

2. PERIODISMO

Estructura del sistema de medios. Análisis económico, social, político y tecnológico de los grupos mediáticos nacionales y/o extranjeros. carmen.caffarel@urjc.es

Servicio público de Radio televisión. Análisis del servicio público de radiotelevisión a nivel europeo, nacional o autonómico en todas sus facetas. carmen.caffarel@urjc.es

Metainvestigación, estructura de medios, RTVE y servicios públicos, comunicación interpersonal. carmen.caffarel@urjc.es

Periodismo cultural. Cualquier trabajo de investigación en el ámbito del periodismo cultural (análisis de mensajes periodísticos de la sección de cultura, críticas de conciertos, de cine, teatro..., análisis de revistas culturales o cualquier fenómeno de comunicación cultural, como los booktubers). gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Industria cultural. Análisis de los sectores culturales y comunicativos desde el punto de vista crítico: industria de la música, del cine, del libro, los videojuegos, el sector audiovisual, la prensa. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Estudio de campañas publicitarias. Trabajos de investigación cuantitativos o cualitativos sobre campañas publicitarias desde el punto de vista de los mensajes. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Reportajes multimedia. TFG práctico. TFG de tipo prácticos: reportajes en profundidad montados con recursos multimedia. florencia.claes@urjc.es

Conocimiento libre, investigación periodística. florencia.claes@urjc.es

Historia del cine, Cine Español, Géneros Audiovisuales, Análisis Audiovisual, Ensayo Audiovisual, Documental (teoría y práctica), Reportaje periodístico. isleny.cruz.carvajal@urjc.es

Medio radiofónico, radio digital, podcast. Comunicación y educación. Investigación competencia comunicativa y digital de docentes y discentes. rebeca.martin@urjc.es

Trabajos prácticos para radio y televisión. fernando.tucho@urjc.es

El impacto material de las tecnologías sobre el medioambiente. Investigaciones y producciones que den a conocer el impacto material que tiene la producción, el uso y el desecho de las tecnologías sobre nuestro entorno social y medioambiental. fernando.tucho@urjc.es

Neurociencias y comunicación. Investigaciones y producciones en torno a la relación de la comunicación con los desarrollos de las neurociencias. fernando.tucho@urjc.es

Impacto material de las tecnologías / Neurociencias y comunicación / Educación mediática / Medios y emociones. Observaciones: Trabajos de investigación en otros ámbitos si el alumno/a tiene interés en orientarse hacia una carrera académica o, al menos, tiene el manejo adecuado de las herramientas de investigación necesarias para llevarlo a cabo. fernando.tucho@urjc.es

Periodismo económico, periodismo deportivo, golf. josegabriel.fernandez@urjc.es

Fotoperiodismo, periodismo gastronómico, historia del periodismo. myanet.acosta@urjc.es

Comunicación política / Tratamiento informativo de problemas/temas sociales / Estudios de audiencias. manuel.martinez.nicolas@urjc.es

El periodismo y el contraste de fuentes. Descubrir las fuentes solventes y rigurosas de las que no son (propaganda manipulativa e intoxicadores de la opinión pública).

El documental científico sobre cualquier tema prueba histórica. Cuando un documental sobre cualquier asunto, persona o entidad se hace con rigor se convierte en una prueba histórica de sumo interés y validez científica para conocer esa realidad y sus circunstancias.

Cómo superar los compartimentos estancos de los grupos de opinión: salud democrática versus intoxicadores. Desde los años 80, los medios de comunicación occidentales y de otras latitudes, salvo honrosas excepciones están más centrados en defender intereses de unos grupos concretos que en promover los principios del periodismo libre, responsable y como cuarto poder. manuel.carmona@urjc.es

Estudios de modelos clásicos e innovadores de publicidad y marketing; comunicación y venta de eventos culturales. Observaciones: Estas líneas de TFG e investigación son interdisciplinarias y se pueden trabajar también desde Comunicación Audiovisual, Publicidad y Marketing, Diseño Integral y Organización de Eventos. manuel.carmona@urjc.es

Visualización de datos. guiomar.salvat@urjc.es

Periodismo de datos. guiomar.salvat@urjc.es

Diseño de la información. guiomar.salvat@urjc.es

Sociedad de la Información. guiomar.salvat@urjc.es

Opinión pública y Comunicación Política. Estudios de Opinión pública y comunicación política en sentido amplio. mariavictoria.campos@urjc.es

Comunicación y Crimen. Estudios de la comunicación de la violencia y el crimen. mariavictoria.campos@urjc.es

Comunicación de la Defensa. Estudios relacionados con la Comunicación de la Seguridad, Defensa e Inteligencia. mariavictoria.campos@urjc.es

Opinión Pública y Comunicación Política. Seguridad, Defensa e Inteligencia. Periodismo Internacional. Comunicación/Crimen. mariavictoria.campos@urjc.es

4. PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Estructura del sistema de medios. Análisis económico, social, político y tecnológico de los grupos mediáticos nacionales y/o extranjeros. carmen.caffarel@urjc.es

Servicio público de Radio televisión. Análisis del servicio público de radiotelevisión a nivel europeo, nacional o autonómico en todas sus facetas. carmen.caffarel@urjc.es

Metainvestigación, estructura de medios, RTVE y servicios públicos, comunicación interpersonal. carmen.caffarel@urjc.es

Periodismo cultural. Cualquier trabajo de investigación en el ámbito del periodismo cultural (análisis de mensajes periodísticos de la sección de cultura, críticas de conciertos, de cine, teatro..., análisis de revistas culturales o cualquier fenómeno de comunicación cultural, como los booktubers). gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Industria cultural. Análisis de los sectores culturales y comunicativos desde el punto de vista crítico: industria de la música, del cine, del libro, los videojuegos, el sector audiovisual, la prensa. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Estudio de campañas publicitarias. Trabajos de investigación cuantitativos o cualitativos sobre campañas publicitarias desde el punto de vista de los mensajes. gloria.gomezescalonilla@urjc.es

Publicidad digital y menores. esther.martinez.pastor@urjc.es

Derecho de la publicidad y autorregulación. esther.martinez.pastor@urjc.es

Relaciones públicas, comunicación corporativa, comunicación interna, menores y medios de comunicación, redes y medios sociales, investigación de audiencias, planificación de medios. Las investigaciones propuestas por los alumnos pueden abarcar tanto la perspectiva del emisor como del receptor, de manera que se aceptan trabajos que hagan uso de diferentes metodologías y técnicas de investigación. La profesora puede apoyar al alumno en la concreción del tema a investigar, siempre que tenga una noción básica sobre el objeto de su trabajo y coincida con las líneas de investigación marcadas por la profesora. mariacruz.lopezdeayala@urjc.es

Plan Integral de Comunicación Corporativa. Realización de plan integral de Comunicación Corporativa a una organización social (ONG, asociaciones o clubes deportivos de base). luis.romero@urjc.es

Manual de Identidad Visual Corporativa. Realización de un Manual de Identidad Visual Corporativa (IVC) a una organización social (ONG, asociaciones o clubes deportivos de base). luis.romero@urjc.es

Plan de Responsabilidad Social Corporativa. Realización de un Plan de Responsabilidad Social Corporativa (e informe de triple resultado) a una organización social (ONG, asociaciones o clubes deportivos de base). luis.romero@urjc.es

Gestión de la Comunicación Corporativa. Tutorizaciones solo de TFG práctico o profesionalizante. luis.romero@urjc.es

Internet y tecnologías digitales. Análisis de la aplicación de todas tecnologías digitales.
francisco.vacas@urjc.es

Modelos de negocio en Internet. Análisis y estudio de casos de las empresas que operan en Internet.
francisco.vacas@urjc.es

Telecomunicaciones, redes y desarrollo. impacto y analisis de las redes de telecomunicaciones en la creación de mercados y formas de consumo. francisco.vacas@urjc.es

Tecnología, Tecnologías digitales, Internet, marketing, mercado de los USA.
francisco.vacas@urjc.es

Comunicación y diversidad cultural. Estudio de las representaciones étnicas (estereotipos raciales) en las campañas de publicidad. patricia.iranzo@urjc.es

Publicidad transfronteriza. Estudio de la adaptación (o no) de campañas globales a los mercados locales. patricia.iranzo@urjc.es

Uso de redes sociales en el aprendizaje informal. Estudio del empleo de las redes sociales en los procesos de aprendizaje fuera y dentro del aula. patricia.iranzo@urjc.es

TFG de investigación sobre temas relacionados con la comunicación como comportamiento social. Observaciones: La aceptación de tutorizaciones se basará en la calidad de las propuestas y en la disponibilidad de plazas. patricia.iranzo@urjc.es

Comunicación estratégica. Trabajos principalmente bibliográficos sobre diversos aspectos de la comunicación estratégica, gestión y dirección de comunicación y relaciones públicas.
mariaangeles.moreno@urjc.es

4. SOCIOLOGÍA

Bienestar subjetivo. Análisis de elementos que generan bienestar subjetivo en las empresas, instituciones y organizaciones. anabell.fondon@urjc.es

Estereotipos y medios de comunicación. Estereotipos transmitidos en los medios y las redes sociales que contribuyen a la construcción de los imaginarios sociales. anabell.fondon@urjc.es

Análisis de consumo y publicidad. Transformaciones en los patrones de consumo de un bien o servicio y nuevas formas de publicidad. anabell.fondon@urjc.es

Multiculturalidad e inclusión social en organizaciones, instituciones y empresas. anabell.fondon@urjc.es

Cultura global. antonio.martin@urjc.es

Estudios culturales. antonio.martin@urjc.es

Estudios culturales, sociología de la cultura, estudios globales, turismo. antonio.martin@urjc.es

Transformación digital y comunicación. sara.gallego@urjc.es

Redes sociales y comunicación. sara.gallego@urjc.es

Madrid a 5 de noviembre de 2020