

OFERTA DE TRABAJOS FINALES DE GRADO CESAG 2020/2021

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Línea de investigación	Objeto de estudio	Resumen
Estudios sobre el discurso	Análisis del discurso mediático	Análisis del tratamiento informativo de uno o varios temas de diversa índole, en uno o varios medios, por medio de una investigación de carácter cuantitativo y/o cualitativo y preferiblemente comparativa. La aproximación podrá ser descriptiva o descriptiva / crítica. El marco teórico general se basará en la sociología de la comunicación y la teoría de la comunicación social y concretamente dependerá del medio/s y tema/s elegido/s por el alumno y del carácter descriptivo o descriptivo / crítico del trabajo.
	Medios y discapacidad Medios y minorías	<p>La imagen de la discapacidad en los medios de Baleares. Análisis cuantitativo y cualitativo de la presencia de la discapacidad en los medios locales (prensa escrita, digital, radio y televisión). El marco teórico general se basa en el periodismo social y su relación con los colectivos vulnerables.</p> <p>Análisis de la comunicación de entidades de la discapacidad.</p> <p>Prensa diaria digital y discapacidad.</p> <p>Prensa escrita y discapacidad.</p> <p>El tratamiento de la discapacidad en la comunicación informativa de la radio y la televisión.</p> <p>Cobertura mediática de la discapacidad en el deporte.</p> <p>Análisis publicidad social y la discapacidad.</p> <p>Análisis de la comunicación para la integración de minorías (mujeres, inmigrantes, etc.). Análisis cuantitativo y cualitativo de la presencia y tratamiento de las minorías en los medios. Estudio específico de la violencia machista.</p> <p>Suicidio y medios.</p>
	Ética del discurso y persuasión	Ética del discurso y persuasión. Análisis cualitativo de las estrategias de persuasión social desde la Ética del discurso y sus principales autores. La línea de trabajo propone una búsqueda de la corrección moral enfatizando

		un contexto de respeto por ciertas condiciones ideales del discurso, un respeto, que remite a una comunidad de comunicación como condición imprescindible para validar racionalmente un acuerdo en un discurso práctico. El trabajo se referirá a mensajes y estrategias persuasivas en cualquier ámbito a convenir.
Comunicación y democracia	Medios de comunicación social y democracia	Estudio a través del cual se deberá discutir acerca del papel de los medios de comunicación social (tradicionales y/o digitales) en la generación y el control de la democracia. La aproximación deberá ser preferiblemente interpretativa y crítica, a través de la revisión de ideas de autores provenientes de la sociología y la filosofía asociados a la Escuela de Frankfurt, los estudios culturales o la cultura digital. Cabe la posibilidad de completar el trabajo con un estudio de carácter cuantitativo / cualitativo.
	Democracia, discurso racional y comunicación social	Desde una teoría procedimental de los discursos políticos y jurídicos (en la línea de Alexy, Apel, Aarnio, Robles, etc.) se plantearán análisis del estado de racionalidad actual de los procedimientos discursivos sociales, identificando las posturas arbitrarias, los prejuicios y las supersticiones. Análisis cualitativo y estudios cuantitativos.
	Periodismo de paz	Análisis de información mediática desde la perspectiva del periodismo de paz. Aplicación del periodismo de paz en proyectos comunicativos.
Comunicación y educación	Educación mediática	La programación infantil, programación con objetivos didácticos, uso de los medios en el proceso educativo, inserción del uso y desarrollo de los medios de comunicación en el currículum escolar.
Comunicación organizacional y corporativa y relaciones públicas	Comunicación empresarial, institucional y relaciones públicas	Análisis de la comunicación de las organizaciones y de sus relaciones públicas en sus diferentes perspectivas: comunicación interna, relaciones con los medios, comunicación de crisis, comunicación del líder, etc. Branded content como forma de comunicación corporativa. Análisis del impacto mediático de la comunicación corporativa. Construcción de marca corporativa. Protocolo.
Comunicación y cultura digital	Sociedad en red: consecuencias culturales, políticas y económicas	Análisis que tendrá como fin concluir cuáles son los principales efectos que las nuevas formas de socialización impulsadas por las TIC tienen sobre la cultura, la política y la economía. Se recomienda una aproximación descriptiva e interpretativa / crítica a partir del concepto Sociedad en red aportado por Manuel Castells y otros teóricos de la globalización

		informativa, que se podrá extender a los estudios culturales y los referidos a la cultura digital. Cabe la posibilidad de completar el trabajo con un estudio de carácter cuantitativo / cualitativo.
	Periodismo digital	<p>Papel/función/relaciones del periodismo (digital) en el nuevo contexto cultural. Se trata de estudios que analizan, tanto cuantitativa como cualitativamente los efectos sobre las conductas humanas del consumo de productos canalizados a través de plataformas digitales. Los enfoques pueden ir desde el estudio de la privacidad, la adicción, la modificación de patrones de percepción, la alteración de las conductas económicas, así como el análisis del poder de los nuevos canales sobre la voluntad (agencia) humana.</p> <p>Influencia/vínculos/asociaciones entre las nuevas plataformas y los contenidos/formatos/tratamientos, tanto en lo que son nuevos formatos y narrativas como en las consecuencias que ello tiene en la percepción y asimilación del mensaje y la naturaleza de este.</p> <p>Análisis en los medios digitales de las características propias del periodismo digital: SEO, narrativa multimedia, hipertexto, redacción digital, interacción, etc.</p>
	Marketing digital y redes sociales	<p>Estrategias de comunicación en redes sociales.</p> <p>Reputación 2.0.</p> <p>Influencia e influencers.</p> <p>Medición y análisis de la eficacia en redes sociales. Estudio de la imagen corporativa en redes sociales.</p> <p>Manual de estilo en redes sociales.</p> <p>Promoción en redes sociales.</p> <p>Tendencias en las redes sociales.</p> <p>Evangelización social media.</p> <p>Social Media Plan.</p>
Publicidad	Creatividad publicitaria	<p>Aproximación al concepto de creatividad publicitaria desde la perspectiva del proceso creativo, del producto creativo o del sujeto creativo como elementos estructurales de la industria publicitaria.</p> <p>Investigaciones cuantitativas o cualitativas que establezcan nexos de unión</p>

		o desvinculen la creatividad publicitaria y la eficacia publicitaria.
		Festivales publicitarios: Análisis tanto cuantitativos como cualitativos del valor de los festivales publicitarios dentro del sector.
	Desarrollo de una campaña creativa de publicidad o identidad corporativa	Desarrollo y justificación teórica de la creatividad de una campaña publicitaria. Incluirá la definición del briefing, la estrategia de comunicación, el desarrollo del briefing a creativos o copy strategy, la ideación y conceptualización creativa, la dirección de arte y la redacción publicitaria. La campaña debe presentarse producida. Diseño y justificación teórica de la identidad corporativa de una organización. Incluirá la definición del briefing, la ideación y conceptualización de la marca y el desarrollo del manual de identidad corporativa.
	Marketing y publicidad	Estudio de las diferentes expresiones de la publicidad comercial. Estudio de las relaciones entre marketing político y publicidad y entre marketing no lucrativo (marketing social o marketing público) con la publicidad.
Estructura y políticas de la comunicación	Historia de las empresas y grupos de comunicación	Evolución de los grupos de comunicación desde una perspectiva histórica. La metodología utilizada es la observación documental.
	<i>Media economics</i>	Análisis de cómo los medios de comunicación tradicionales y digitales han evolucionado, desde el punto de vista del negocio, ante las implicaciones generadas por la adopción de Internet y la creación de soportes digitales. Se admiten estudios que hagan referencia a cualquiera de los aspectos de la producción, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo aunque, normalmente, en estos casos es más frecuente el análisis del segundo tipo. Estudio de los comportamientos (contacto, reacción, creación de nuevas dinámicas) de los profesionales periodísticos en el proceso de transición/adopción de la cultura digital sobre las antiguas plataformas analógicas (estos estudios, fundamentalmente cualitativos, permiten abordar una gran gama de cuestiones, desde el punto de vista psicológico, sociológico, cultural, ético, etcétera).
	Servicio público de radiodifusión	Aproximación a la redefinición del servicio público de radiodifusión (<i>Public service broadcasting - public service media</i>) en la era digital. Análisis de los

		<p>retos tecnológicos, económicos, políticos y/o socioculturales que tienen ante sí los medios públicos como consecuencia de los procesos de convergencia y la digitalización.</p> <p>Participación y medios de comunicación: A partir de análisis de contenido y desde una aproximación crítica, el alumno interpretará la participación de la ciudadanía <i>en</i> y <i>a través</i> de medios públicos. Análisis comparativo de las estrategias de invitación a la participación de la audiencia en diferentes corporaciones públicas de medios autonómicos y/o estatales.</p>
	Estructura de la comunicación	<p>Estructura y reestructura de la comunicación publicitaria. Agentes implicados, nuevos intermediarios, nuevas lógicas de creación, producción y distribución.</p> <p>Industrias mediáticas/Industrias culturales. Análisis estructural de sus principales agentes y sus lógicas de producción y circulación de contenidos.</p> <p>Estructura de la televisión en España. Desde una perspectiva crítica, análisis de la evolución reciente de la televisión en España. Estudio de las lógicas productivas y respuestas industriales a los retos de la digitalización y la convergencia.</p> <p>Industria radiofónica: estructura y grupos de comunicación. Análisis de la evolución reciente de la industria de la radio a partir de cuestiones legales, económicas, socioculturales y tecnológicas.</p>
	Música e industrias culturales	<p>Historiografía y categorizaciones de la <i>popular music</i>. Géneros y estilos musicales. Valor social e identitario de la música en contextos diferenciados. Hibridaciones y fusiones musicales. Procesos de folklorismo. Formas y usos de consumo cultural/musical. Parámetros de análisis de una situación musical. Funciones de la música en contextos de consumo de masas. Música y estrategias de producción. Fenómenos musicales globales en contextos locales.</p>
	Legislación	<p>Información, comunicación y Derecho. Análisis cualitativo (más frecuente)/cuantitativos acerca de casos en los que la información, la</p>

		opinión, la creación artística, etc. colisionan con los derechos al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Tomando como referencia la legislación vigente y la jurisprudencia española y europea se analizarán cuestiones jurídicas relativas la especial protección de los menores de edad protagonistas de informaciones, enaltecimiento del terrorismo, discurso del odio, medidas cautelares, etc. Límites jurídicos en la publicidad: el ilícito publicitario y la publicidad desleal.
Producción y circulación de contenidos	Desarrollo de proyectos de ficción	<p>Análisis de las herramientas que nos permiten escribir un guion y también del formato televisivo o del género cinematográfico que va a desarrollarse. Si se trata de adaptaciones, deberán analizarse previamente los mecanismos de la adaptación audiovisual.</p> <p>Las líneas (los formatos de los proyectos de creación de guion audiovisual) entre los que el alumno puede escoger son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Largometraje - Sitcom - Serie - Miniserie - Docudrama <p>El proyecto debe incluir, además del guion:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentación de la idea. - Tratamiento (largometraje y documental) o biblia (13 capítulos, para serie, docudrama o docuserie y los que se determinen, para miniserie) o sinopsis de 13 capítulos (sitcom) - Fichas de personajes. - Sets. - Cuando se trate de docudramas se escribirá el guion atendiendo a las particularidades de este formato.
Historia	Historia de la comunicación	
	Historia y medios de comunicación	La transición a la democracia en España a través de los medios. II República y Guerra Civil Española: prensa, radio, corresponsales extranjeros, censura, propaganda, etc.
Television studies – Estudios sobre la televisión	Programación televisiva	Trabajo que se enmarca en la tradición de los <i>television studies</i> y que propone un análisis de contenido de textos televisivos desde un punto de

		<p>vista comparativo. Hibridación de géneros, formatos transnacionales, oferta televisiva en diferentes territorios, nuevas vías de inserción publicitaria... cualquier acercamiento al contenido televisivo y al análisis de los factores culturales, industriales o tecnológicos que influyen en su producción es bienvenido.</p>
	Investigación de audiencias y estudios de recepción	<p>Estudios cualitativos (basados en focus groups, entrevistas, observaciones..) que se interesen por prácticas de consumo mediático de cualquier tipo.</p> <p>Aproximación a las prácticas de comunidades fan. Utilizando como base teórica la creciente tradición de los <i>fandom studies</i>, se analizarán las prácticas de una comunidad específica. Un estudio que se apoya en herramientas cualitativas de investigación.</p>
	Contenidos de televisión y protección de la infancia	El cumplimiento de los códigos de protección de la infancia en televisión. Programas o informativos.
Film studies – Estudios filmicos	Teoría e historia del cine	<p>Teoría e Historia del cine de animación, prestando atención a patrones, tendencias y géneros y a su desarrollo histórico. También pueden incluirse autores, estudios o filmografías concretas. El estudio de la animación requiere capacidad de análisis de las técnicas específicas así como de relación entre estas técnicas y sus contrapartidas en el mundo del arte pictórico y estático. En esta línea pueden tratarse tanto cuestiones formalistas como de representación ideológica, e idealmente una combinación de ambas.</p> <p>Todo tipo de aproximaciones e investigaciones acerca de filmografías, autores, teorías, técnicas, géneros... desde una perspectiva histórico-analítica. Autoría cinematográfica, clasicismo, modernidad y postmodernidad.</p>
	Análisis textual – Análisis fílmico	<p>Análisis textual del cine que se puede abordar desde el estudio de caso de una obra concreta o de la producción de un autor particular. Se estudiarán los recursos expresivos, los temas y gestos de enunciación autoral, así como la construcción de un universo de sentido propio a partir del uso de las diferentes técnicas y escuelas.</p> <p>Deconstrucción de textos audiovisuales (películas completas, fragmentos,</p>

		series completas, temporadas, episodios...) mediante la técnica del “découpage”. Aproximación a la metodología estructuralista de la estirpe semiótica. Construcción del significante y enunciación fílmica.
	Serialidad e intertextualidad	Cultural visual y estética: Teoría de la imagen e Historia del Arte. vigencia de las categorías estéticas en el audiovisual contemporáneo. Relaciones intertextuales entre el audiovisual (cine, series, videoclips, spots...) y otras manifestaciones de índole artística (pintura, fotografía, literatura, mitología).
	Cine documental Cine de no-ficción	Teoría del cine documental y las diferentes formas de la no ficción: cine de ensayo, cine experimental, diario filmado, <i>found-footage</i> , <i>collage</i> , falso documental, etc. Cine documental contemporáneo vs. reportaje televisivo o documental divulgativo Autoría en el cine documental contemporáneo Dimensión social del cine documental Mestizajes e hibridaciones del cine documental con la ficción Nuevas formas y lenguajes en la relación del cine con lo real
Periodismo	Práctica periodística	Selección de temas. Estilos de las narrativas. Función del periodismo a partir de la práctica. Fuentes, tratamientos informativos, producción periodística.
	Periodismo Especializado	El uso del periodismo especializado en cualquier área (política, economía, cultura, deportes, sanidad, etc.). Análisis de la interpretación, contexto, explicación, géneros, fuentes, firmas, frecuencia, etc. El uso del periodismo de datos en los medios de comunicación. Análisis de un medio o un programa concreto. Nuevas narrativas. Estudios cuantitativos y cualitativos del uso del periodismo de investigación: definición, características, fuentes, técnicas, consecuencias, tipologías, soportes, censura, etc.
Narrativas	Narrativas de series de televisión	Análisis textual de formatos televisivos (series, miniseries, sitcom...) Las opciones de elección de tema van desde el estudio de un formato en una década (o décadas) y país determinado hasta el análisis de la narrativa de una serie concreta. Narrativa audiovisual (cinematográfica, televisiva, publicitaria, informativa). Recursos expresivos y narrativos en el audiovisual. Puesta en escena,

		puesta en cuadro y puesta en serie. Fotografía, montaje y dirección de sentido en el audiovisual de cualquiera naturaleza.
	Análisis de adaptaciones cinematográficas	Análisis y mecanismos de la adaptación, televisiva o cinematográfica. Puede concretarse en el estudio de un largometraje, serie o miniserie basada en una obra literaria, un hecho o periodo histórico o hechos reales o consistir en un análisis general del funcionamiento de la adaptación. Cabe también el análisis de remakes, precuelas y secuelas.
	Estudios diacrónicos sobre determinados arquetipos	Análisis de la imagen que dan las películas o las series de una determinada figura (la mujer, la madre, el hombre, el esclavo, el detective...) en una época de la Historia del cine o de la televisión. El análisis también puede concretarse en una serie determinada y puede estudiarse también la evolución del tratamiento de determinados temas ligados a los arquetipos analizados: el tratamiento de la homosexualidad, de la ley, de la discapacidad, del racismo, de la droga, del heroísmo...
	Estudios diacrónicos sobre la forma en la que el cine ha tratado civilizaciones pretéritas	Análisis de la imagen dada por el cine o la televisión de sociedades como la griega, la egipcia, la romana, la azteca..., o de figuras clave de esas culturas. A diferencia de un análisis de adaptación cinematográfica, en esta línea de investigación se aborda cómo han ido cambiando tanto el cine como la televisión o las actuales plataformas la lectura de esas sociedades en función del propio momento histórico (tanto social como cinematográfico)
	Banda sonora y narrativa audiovisual	Tipologías funcionales de la música en contextos audiovisuales. Estudio de casos. Historia y periodizaciones. Aportaciones de la música y de la imagen a un videoclip, un lipdub, un trailer, un anuncio publicitario o una película. Análisis intertextual y teoría de la música aplicada a producciones audiovisuales.
	Títulos de crédito	Partículas narrativas de apertura y cierre en el audiovisual. Microanálisis fílmico. Teoría, historia, tipología y autoría de las secuencias de títulos de crédito en cine y series de televisión, así como teasers, prólogos, inicios, finales y demás piezas con valor analítico autónomo independiente.
Tecnología de la información y de la comunicación	Audio	Técnicas de grabación sonora para audiovisuales. Estudio de la toma de sonido para cine y TV. Mezcla de sonido en cine TV y publicidad. La influencia del factor "Loudness" o Sonoridad. Análisis del <i>loudness</i> en continuidad de radio, TV, cine, medios de streaming y PPV. Herramientas de evaluación de loudness.

	Formatos de compresión	Estudio de las escalas psicoacústicas utilizadas para evaluación y publicación de los codecs de compresión en video o audio. Condiciones experimentales que se deben tener en cuenta. Análisis objetivo y subjetivo. Estudios comparativos de imagen o sonido en plataformas de streaming a tiempo real y bajo demanda.
	Sistemas de tracking visual o seguimiento con móviles	Aproximación a los dispositivos y aplicaciones de seguimiento en la imagen a nivel general desde los años 90. Estudio de características de las cámaras en los smartphones de hoy en día. Análisis comparativo de seguimiento con cámaras móviles en diversas condiciones. Estudio objetivo y subjetivo.
	Imagen y sonido 360°	Introducción a los sistemas de sonido o imagen 360. Comparación entre 360, 3D y cine. Técnicas de rodar para 360 y “coser” la imagen y sonido. La plataforma Street360 y los smartphones como herramienta 360. Comprensión del video y sonido sobre 3 ejes XYZ. Análisis subjetivo de percepción en la inmersión y profundidad de la imagen 360.
	Radio	Radiodifusión y streaming
Derecho de la comunicación	Análisis de problemas jurídico-filosóficos y texto audiovisual	<p>Análisis textual desde la TCD (Teoría Comunicacional del Derecho) de la Narrativa audiovisual, cinematográfica o televisiva, orientada hacia la plasmación de dilemas jurídicos. Desde los recursos estilísticos y narrativos propios del audiovisual, el trabajo se centrará en su función que como herramienta práctica tiene al transmitir reflexiones acerca de la realidad jurídica por cuanto la/s película/s escogida/s presente/n de manera peculiarmente impositiva una pretensión de comprensión de la realidad jurídica.</p> <p>El objetivo es explicitar críticamente la tesis acerca de la justicia, la responsabilidad, los derechos humanos, la libertad, el deber, etc. desde el mismo lenguaje cinematográfico que las expresa.</p>
Lengua y Medios		Estudis descriptiu de l'ús de la llengua catalana als mitjans de comunicació audiovisual.
Comunicación, cultura y religión		Estudios sobre la comunicación religiosa y la presencia del hecho religioso en los medios de comunicación.