Universidad de Navarra

Trabajo fin de grado (Gr. Periodismo)
Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción:

Esta asignatura pretende, una vez que los alumnos han adquirido conocimientos en las áreas de Empresa, Redacción, Diseño y Edición, que trabajen, en equipo, desde el punto de vista teórico y práctico el lanzamiento de una idea periodística al mercado en cualquier soporte. Además, está previsto que el estudiante que desee elaborar un TFG individual lo haga. El tema tendrá que estar relacionado con la palabra "comunicación".

- **Titulación**: Periodismo
- **Módulo/Materia**: Módulo VI: Trabajo Fin de Grado/Materia 1: Trabajo Fin de Grado
- **ECTS**: 9
- **Curso, semestre**:4º, segundo
- **Carácter**: Obligatoria
- **Profesorado**: Miguel Ángel Jimeno (RA), María Jiménez; profesores en prácticas, Gorka Moreno y Luis Guinea Zavala; profesores colaboradores, Alfonso Vara, Samuel Negredo, Iñaki Llarena.
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**: Clases teóricas: viernes, de 9.00 a 12.00h (Aula 1, Facultad de Comunicación) y Clases prácticas: los grupos quedarán al menos una vez por semana (2h) con sus profesores.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

COMPETENCIAS DEL GRADO EN PERIODISMO

1. CONOCIMIENTOS

RA5 - Conocer los principales elementos configuradores de la sociedad actual, específicamente en aquellas cuestiones sociales, políticas y económicas relacionadas con la actualidad informativa.

2. HABILIDADES

RA11 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

RA12 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

RA13 - Expresar conocimientos e ideas de manera oral y escrita, con rigor, orden y creatividad con el fin de divulgar conocimiento a la sociedad.

RA14 - Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.

RA15 - Expresar con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados.

RA16 - Buscar, identificar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro o visual) necesario para la elaboración de discursos.

RA17 - Seleccionar y procesar información con la finalidad de ser difundida para usos privados o colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo.

RA18 - Utilizar las tecnologías y las técnicas informativas y comunicativas en los distintos medios y lenguajes.

RA19 - Idear y ejecutar el diseño y los aspectos formales y estéticos de medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales.

RA21 - Detectar y corregir los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos de la edición o producción y realización de productos informativos.

3. COMPETENCIAS

RA22 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

RA23 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

RA25 - Idear, planificar y desarrollar proyectos compartidos en el ámbito del periodismo

RA26 - Conocer y aplicar los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.

RA29 - Conocer y aplicar la teoría, las habilidades, las técnicas y las herramientas necesarias en la elaboración de productos informativos.

RA30 - Conocer y aplicar el lenguaje y las técnicas propias de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, y televisión), de los nuevos soportes digitales (internet) y desarrollar sus posibilidades de convergencia multimedia.

RA31 - Criticar y valorar correctamente textos y producciones mediáticas relacionadas con la información y comunicación.

Objetivos de la asignatura

Conocimientos

- Conocer el origen y la naturaleza de los géneros periodísticos interpretativos.
- Conocer las características y las posibilidades del reportaje periodístico.
- Familiarizarse con los distintos tipos de reportajes, con el uso de fuentes y con la documentación.
- Conocer las peculiaridades de la elaboración de reportajes en los medios de comunicación.
- Alcanzar un nivel profesional en el dominio de las normas ortográficas y gramaticales.
- Conocer las técnicas y los criterios que permiten estructurar el diseño de periódico.
- Conocer las estrategias necesarias para organizar un producto informativo.

Habilidades y actitudes

- Desarrollar la capacidad de análisis y crítica de los textos interpretativos que se publican en los medios de comunicación.
- Desarrollar hábitos y destrezas para saber descubrir temas y enfoques de interés a partir de la actualidad.
- Familiarizarse con la redacción de reportajes.
- Familiarizarse con los procedimientos de trabajo en las redacciones de diarios, en particular con los consejos de redacción.

- Aprender a trabajar en equipo.

Resultados de aprendizaje

- Desarrollar capacidades de observación e investigación periodísticas.
- Conocer la tipología del reportaje periodístico.
- Adquirir criterio para adoptar en cada caso las fórmulas y las estructuras más oportunas.
- Adquirir soltura en la redacción de textos periodísticos de cierta extensión.

PROGRAMA

A. FASE ANTEPROYECTO

Programa de Trabajo sobre estos aspectos:

1. Público que se pretende alcanzar y un breve análisis sociodemográfico.

A qué audiencia aspira y qué tipo de público: su número, a qué segmentos se da preferencia (jóvenes profesionales, mujeres, si atenderá una audiencia más popular o pretende ser diario de referencia, etc.)

2. Ideas básicas sobre el proyecto editorial

- Contenidos y diseño: qué línea editorial, contenidos, estilo y presentación se adapta mejor a ese público.
- Principios Editoriales. intenciones de fondo.
- Prioridades Informativas: las áreas que cubrirá con mayor intensidad.
- Estilo General (noticioso o arrevistado; más popular o más serio…).

3. Ideas para un Plan de Negocio

Resumen de las oportunidades de negocio del proyecto y breve análisis de la competencia. En fin, por qué alguien debe invertir en este proyecto.

En esta primera fase se recomendará al alumno leer el inspirador libro *Aguilas y colibries: periodistas innovadores en Europa*, de José Alberto Garcia Avilés.

B. FASE PROYECTO

1. MEMORIA

En esencia, diez puntos.

1. Describir **la idea**. El origen.
2. **Necesidad** que cubre el producto informativo.
3. A quién (**publico/comunidad**) se le resuelve esa necesidad: Datos demográficos (edad, género, estudios…), datos psicológicos (estilo de vida, virtudes…) y consumo de medios (qué, cómo…).
4. Fuentes de **inspiración**.
5. **Competencia**. Puntos fuertes y débiles.
6. Estrategia: **DAFO**.
7. **El producto**. Secciones/Áreas…, estilo, soportes (redes).
8. **Continuidad** del producto. Avance contenidos.
9. **Equipo profesional** que lanza el producto. Funciones.
10. **Viabilidad**. Presupuesto.
    1. Gastos e ingresos. Proyección tres años.
    2. Tres escenarios: optimista, normal, pesimista.

2. Número cero/Programa piloto/Web...

Presentar los contenidos reales necesarios para el lanzamiento real al mercado del producto informativo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

El buen funcionamiento de la asignatura se basa en las reuniones.

Actividades de los alumnos (225h):

1) Reuniones:

Cada profesor tiene una o dos reuniones semanales con sus grupos. Suelen ser de una hora. Se trata de **reuniones ejecutivas**: los alumnos (**141h**) trabajan individualmente (búsqueda de datos...) y se ponen en común en las reuniones (**50h**) para tomar decisiones.

Además de esas citas con todo el equipo, el profesor también tiene, a medida que avanza el proyecto, **reuniones sectoriales** (análisis mercado, viabilidad...) **o individuales** (aérea visual...) con los alumnos (**30h**).

2) Asesoramiento:

La clave para lanzar un producto informativo al mercado es el **rigor**. Por eso los alumnos deben basar todas las decisiones en datos. El rigor, muchas veces, se basa en el estudio y otras en el **asesoramiento de expertos**.

Por ejemplo, resulta habitual que los tefegés necesiten hacer una encuesta para pulir el público al que va dirigido su idea. Hay que saber cómo se hace una encuesta. Y ahí se cuenta con la ayuda de la profesora Idoia Portilla, experta en Estadística.

A las reuniones semanales los profesores también suelen **invitar a profesionales** que pueden aconsejar al equipo en el proyecto que tiene entre manos.

Por ejemplo, un TFG que tenga como meta lanzar al mercado una productora puede tener una o varias sesiones con periodistas que hayan lanzado o trabajen en una productora.

3) Mundo profesional

Desde hace muchos años, la asignatura cuenta al final, con un **"jurado"** de tres profesionales, que en publico (acto presentación de los proyectos: **(4h**) y en privado comentan a los equipos sus impresiones.

Además de lo señalado, la asignatura cuenta con el apoyo, en enero, de un viaje a **Madrid** con los alumnos: tres días de reuniones con ejecutivos, periodistas... de numerosos medios y empresas.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

TFG COLECTIVO:

Un TFG es un equipo (todos a una), se atreve a innovar (por qué no) con rigor (datos) y sentido común (coherencia). El objetivo del TFG es trabajar muy bien la esencia y lucirse en los contenidos.

A la hora de puntuar un TFG, la nota final del alumno se compone de tres partes:

Universidad de Navarra

1. **Trabajo individual:** 30% de la nota final.
2. **Trabajo grupal:** 60% de la nota final (50% Memoria ejecutiva, 50% Producción informativa)
3. **Presentación y defensa:** 10%

Importante: de acuerdo con la normativa referente a los Trabajos Fin de Grado, cada alumno debe ser evaluado individualmente de su trabajo en la asignatura. **En caso de no aprobar la parte individual, no estará autorizado a defender públicamente el TFG y, por tanto, no aprobará la asignatura** y deberá presentarse a la convocatoria extraordinaria de junio.

En aquellos contenidos (pódcast, vídeos...) que los alumnos vayan a incluir la marca de la Universidad, les recomendamos que sigan las instrucciones de este sencillo manual https://www.unav.edu/web/marca.

A continuación, se concretan los elementos evaluables de cada una de las partes puntuables.

1.Criterios de evaluación del TRABAJO INDIVIDUAL (30%)

- Asistencia a las reuniones del grupo. Tres faltas no justificadas suponen suspender el trabajo individual.
- Documentación previa a las reuniones. Tres retrasos injustificados suponen suspender el trabajo individual.
- Participación activa en las reuniones.
- Respeto a las opiniones de otros miembros del equipo y a las decisiones adoptadas.
- Aportación de calidad tanto a la memoria como a los contenidos informativos.
- El uso de IA para la producción de textos será considerada plagio y conllevará el suspenso inmediato del alumno.

2. Criterios de evaluación del TRABAJO GRUPAL (60%): esta parte supone el 60% de la nota final de la alumnos. Se divide en dos grandes apartados: la memoria y el producto informativo ('número cero'):

2.1 Evaluación de la memoria (50%): se tendrán en cuenta los siguientes aspectos y elementos de la memoria:

- Entrega puntual de la memoria.
- Describir la idea. El origen.
- Necesidad que cubre el producto informativo.
- A quién (publico/comunidad) se le resuelve esa necesidad: datos demográficos (edad, género, estudios…), datos psicológicos (estilo de vida, virtudes…) y consumo de medios (qué, cómo…).
- Fuentes de inspiración.
- Competencia. Puntos fuertes y débiles.
- Estrategia: DAFO.
- El producto. Secciones/Áreas…, estilo, soportes. Redes. Continuidad del producto. Avance contenidos. Equipo que lanza el producto. Funciones.
- Viabilidad. Presupuesto. Gastos e ingresos. Proyección tres años.

2.2 Evaluación del producto informativo (50%): la valoración tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

- Identidad y coherencia del producto informativo en su conjunto, en su presentación general y en lo que transmiten sus contenidos.
- Documentación, reporterismo y fuentes personales en que se basa la producción
- Volumen y calidad editorial de los contenidos realizados, de acuerdo con los lenguajes y estándares profesionales habituales en cada formato.
- Adopción de soluciones innovadoras, adaptadas a los públicos o comunidades y plataformas o canales a los que se dirige.

3. Evaluación de la PRESENTACIÓN PÚBLICA (10%)

Universidad de Navarra

Todo lo anterior se presenta en público. La presentación supone un 10% de la nota final de la asignatura. La nota la ponen los profesores encargados, asesorados por los tres profesionales que acuden al acto. Estos profesionales han recibido días antes de la presentación las memorias y los contenidos reales. En la valoración se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

1. *Capacidad de transmitir* la esencia del proyecto, sus aspectos diferenciales y los aprendizajes incorporados durante el proceso de creación y elaboración, ajustándose a las pautas de espacio y tiempo establecidas para los grupos.
2. *Aspectos formales*: calidad de producción y adecuación de los materiales gráficos y audiovisuales de la presentación al tipo de trabajo realizado, al tipo proyecto que se presenta y al público al que se dirige la presentación (profesionales invitados, profesorado y estudiantes).
3. *Preparación y reactividad*: solidez y fluidez de la presentación, y capacidad de respuesta ante las preguntas y apreciaciones del jurado profesional invitado.

Estos criterios generales a la hora de juzgar cada parte tienen **dos matices**:

1. La naturaleza de cada proyecto es distinta:
    1. Distintos TFG requieren distinto volumen, de acuerdo con la sofisticación de la producción del formato…
    2. Distintas temáticas exigen tiempos distintos de producción, por la dificultad de acceso a fuentes, los desplazamientos, la necesidad de documentación…
    3. Distintos productos demandan diferentes soluciones técnicas; algunas de ellas, disponibles fácilmente; otras, que requieren mayor búsqueda o desarrollo por parte de los estudiantes.
2. El trabajo de cada alumno es distinto (de +1 a -2):
    1. Cada profesor tutor responsable de grupo mantiene comunicación continuada y reuniones periódicas semanales, por varias horas, con su grupo, y observa la asistencia, implicación y aportación de cada estudiante, lo que le permite matizar individualmente la nota asignada al trabajo de grupo;
    2. El/la estudiante que asume la responsabilidad de editor(a) puede ver reconocidos, con hasta un punto más (sobre 10) por encima de la nota asignada al trabajo de grupo, por conceptos como: el esfuerzo de coordinación del trabajo de sus compañeros, la responsabilidad añadida, y el tiempo sensiblemente superior dedicado a la interlocución con el tutor, la asistencia a sesiones adicionales, y la representación del equipo ante otros agentes externos;
    3. Estudiantes que no asistan con regularidad a las reuniones del grupo, que realicen aportaciones sensiblemente inferiores que la media de sus compañeros/as, o que no desarrollen actitudes adecuadas como estudiantes y en la práctica profesional, podrán ver disminuida su calificación hasta en dos puntos menos que el grupo.

TFG INDIVIDUAL

Existe la posibilidad de que algún estudiante elija realizar su TFG de manera individual. Los TFG de modalidad individual son trabajos académicos en los que el estudiante integra los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos en el título. El TFG incluye búsqueda de bibliografía, lectura crítica de documentos y redacción de un texto de carácter académico. El TFG se realiza bajo la tutorización de un profesor y se defiende en acto público ante un tribunal de profesores.

En su evaluación se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

A. Valoración del TFG, en la que se calificará el trabajo presentado y el seguimiento realizado en las tutorías individuales. A medida que avanza el trabajo, el profesor mantiene tutorías en las que orienta y valora la marcha personal del trabajo. Además valora periódicamente la asistencia a las tutorías, la implicación y las aportaciones del estudiante. La evaluación es, por tanto, continua a lo largo del cuatrimestre, con base en el rendimiento de cada estudiante. **Esta parte vale un 80% de la nota final** de la asignatura, de los que el **50% corresponderá a una evaluación del tutor** o tutores y **el otro 50% a un tribunal compuesto por dos profesores del área**.

B. Valoración de la presentación y defensa pública del TFG por parte del estudiante ante un tribunal de **dos profesores**, que habrán tenido acceso al trabajo resultante con antelación. Los miembros del tribunal realizan observaciones y comentarios a los que el estudiante debe dar respuesta en forma de réplica. Esta parte vale un **20% de la nota final de la asignatura**.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de los TFG grupales, de producirse, será de algún miembro de un equipo. En función del trabajo presentado, tendrá que trabajar alguna parte de la memoria (50%)y realizar algún contenido periodístico (50%).

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en el caso de los TFG individuales los estudiantes que deban acudir a la convocatoria extraordinaria defenderán su TFG en acto público.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dr Miguel Ángel Jimeno (majimeno@unav.es)

- Despacho 2080 Edificio Comunicación Planta 2
- Horario de tutoria: Lunes a jueves de 9 a 1.

Con la Dra María Jiménez y el resto de profesores, el alumno quedara vía correo electrónico (mjimenez@unav.es, luisgui13@hotmail.es, gorka.moreno.atarribel@gmail.com, avara@unav.es, negredo@unav.es, illarena@unav.es).

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica y lecturas complementarias

Angeletti, Norberto y Oliva, Alberto; Revistas que hacen e hicieron historia, Sol90, 2002 Localízalo en la Biblioteca

Cairo, Alberto; Inbfografía 2.0, Alamut, 2008 Localízalo en la Biblioteca

Cairo, Alberto; El arte funcional. Visualización de información, Alamut, 2011 Localízalo en la Biblioteca

De Mendonça, Thais; Manuel do foca, Contexto, 2008 Localízalo en la Biblioteca

Díaz Dorronsoro, José María; Cambio 16, Leer, 2012 Localízalo en la Biblioteca

Fedler, Fred, Reporting for the Print Media, Harcourt Brace College Publishers, 1993 Localízalo en la Biblioteca

Fellow, Anthony y Clanin, Thomas; Copy Editors, Morton Publishing Company, 1998 Localízalo en la Biblioteca

Fink, Conrad; Introduction to Professional Newswritting, Longman, 1992 Localízalo en la Biblioteca

Franco, Marta y Pellicer, Miguel; Optimismo para periodistas, UOC, 2014 Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

García, Mario; Diseño y remodelación de periódicos, Eunsa, 1984 Localízalo en la Biblioteca

Izard, Ralph; Culbertson, Hugh y Lambert, Donald; Fundamentals of News Reporting, Kendall, 1990 Localízalo en la Biblioteca

Mencher, Melvin; News Reporting and Writing, Brown Company Publishers, 1981 Localízalo en la Biblioteca

Montagut, Albert; NewPaper, Deusto, 2012 Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

Noblat, Ricardo; A arte de fazer um jornal diario, Contexto, 2002 Localízalo en la Biblioteca

Noblat, Ricardo; O que eé ser jornalista, Record, 2005 Localízalo en la Biblioteca

Olmos,Víctor; Un día en la vida de El Mundo, La esfera de los libros, 2004 Localízalo en la Biblioteca

Paulino, Rita y Rodrigues, Vivian; Jornalismo para tablets, Insular, 2013 Localízalo en la Biblioteca

Quijano, Fernando; La identidad y la estructura de un diario económico, Newbook Ediciones, 1997

Salaverría, Ramón y Negredo, Samuel; Periodismo integrado, Sol90, 2008 Localízalo en la Biblioteca

Salaverría, Ramón; Ciberperiodismo en Iberoamérica, Planeta, 2016 Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

Sánchez-Tabernero, Alfonso; Los contenidos de los medios de comunicación, Deusto, 2008 Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

Seoane, María Cruz y Sueiro, Susana; Una historia de El País, Plaza Janés, 2004 Localízalo en la Biblioteca

Sessions, Carl; Editing for Today's Newsroom, Hillsdale, 1989 Localízalo en la Biblioteca

Ulanovsky, Carlos; Paren las rotativas, Espasa, 1997 Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

VV.AA; News Reporting and Writing, St. Martin Press, 1988 Localízalo en la Biblioteca

VV.AA; Innovación y desarrollo de los cibermedios en España, Eunsa, 2016 Localízalo en la Biblioteca impreso y electrónico

Zinsser, William; On Writing Well, Harper Collins, 1995 Localízalo en la Biblioteca

Además de esta bibliografía recomendada, los alumnos tienen a su disposición **numerosos suplementos** de diarios, revistas… (publicados a raíz de sus aniversarios) en los que se describe cómo han nacido, cómo se han remodelado…

Hay algunos **blogs y webs** muy interesantes (algunos se dejaron de actualizar) que vale la pena seguir:

http://www.paperpapers.net/ (Gonzalo Peltzer y Toni Piqué)

http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com.es/ (José Luis Rojas)

http://blog.erreacomunicacion.com/ (Javier Errea)

http://www.ecuaderno.com/ (José Luis Orihuela)

http://labuenaprensa.blogspot.com.es/ (Miguel Ángel Jimeno)

https://javierfernandezbarrera.wordpress.com/ (Javier F. Barrera)

http://www.salaverria.es/ (Ramón Salaverría)

Como se ha señalado al final del apartado "actividades formativas", los alumnos tienen una sesión en la que se les explica cómo hacer una **buena presentación pública** de un proyecto.

En esa sesión se les muestran vídeos que otros alumnos realizaron en pasados cursos destinados al mayor lucimiento de sus presentaciones.

Ofrecemos aquí algunos ejemplos de cursos recientes:

Tableta BuenCamino: https://vimeo.com/91541165

Revista Womet: https://www.youtube.com/watch?v=QsVvkAPfoso

Web Motonorte: https://www.youtube.com/watch?v=23-63EvTU94

App Sonorus: http://www.youtube.com/watch?v=WPpEBUnW2AI

Revista Itínere: https://www.youtube.com/watch?v=RK8oadT_xYQ

Revista Arquetipe: http://www.facebook.com/photo.php?v=10150806728263526&set=t.547736357&type=3&theater

Revista ZAS: http://vimeo.com/22314607 y http://vimeo.com/22367933

Revista Quality Sport: http://www.facebook.com/photo.php?v=104399122937887&set=vb.100001033980292&type=2&theater

Revista Gente ON: http://www.youtube.com/watch?v=cHBXH2rnttw

Revista Entropía: https://www.youtube.com/watch?v=-sOY6HeminE