



¿Qué es un trabajo académico?

Trabajos Fin de Grado 2022-2023

Juan Luis Posadas
Coordinador académico

¿Qué es un trabajo académico?

UNA INVESTIGACIÓN ACADÉMICA Y CIENTÍFICA

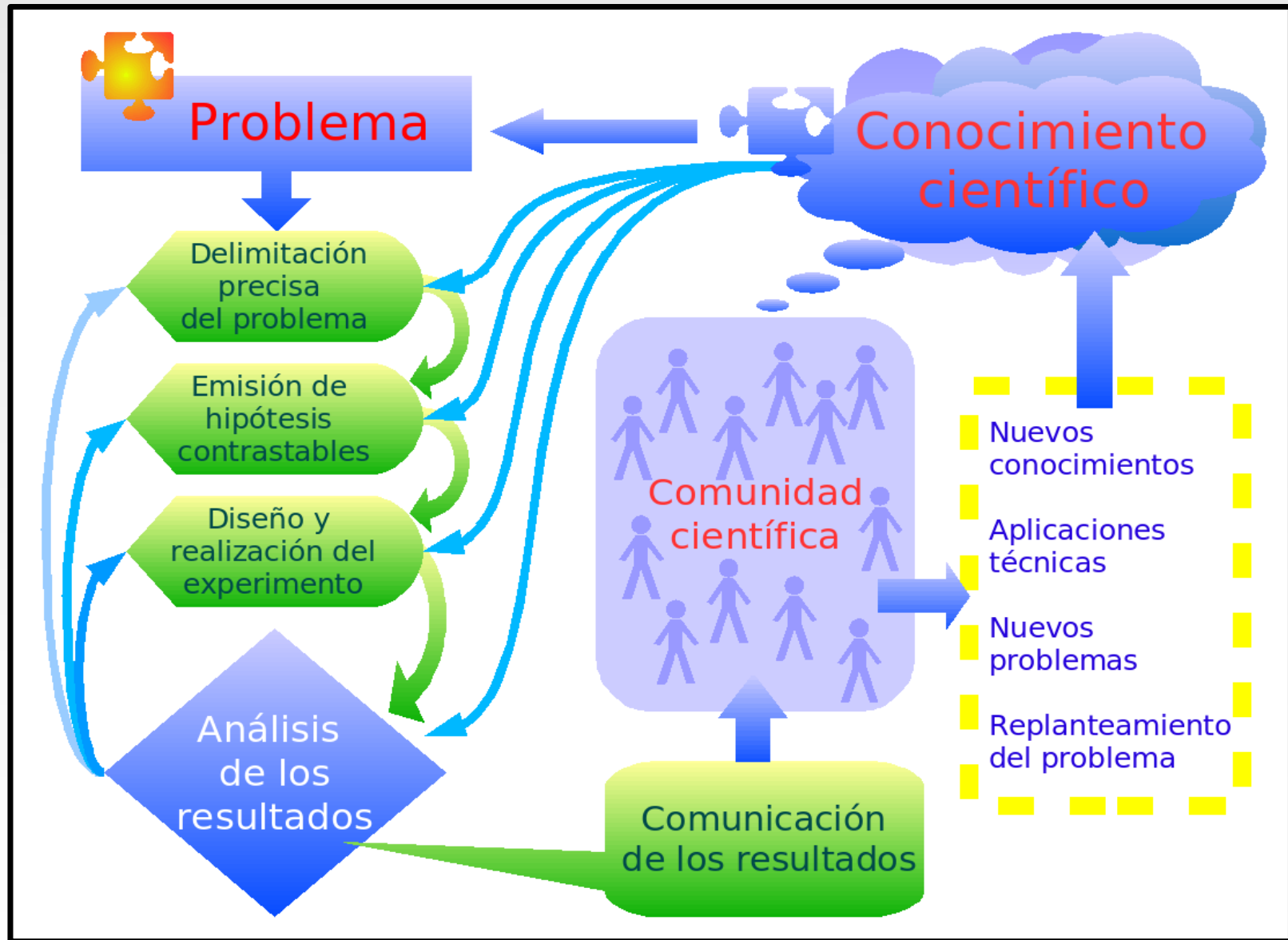
La que se marca unos objetivos, formula preguntas/hipótesis, conoce su marco teórico, diseña una metodología rigurosa y la aplica para obtener resultados e interpretarlos sacando conclusiones.

UNA OBRA ORIGINAL E INNOVADORA

Una producción intelectual propia que demuestra teorías, descubre nuevos aspectos de la realidad, permite comprender fenómenos sociales o naturales, etc.

UN DEBATE E INTERCAMBIO CON IMPACTO SOCIAL Y UNIVERSITARIO

Se hace pública de forma oral y por escrito, se comparte, se divulga. Genera discusión, preguntas. A partir de sus aciertos -y al descubrir sus errores- continúa avanzando el conocimiento.



Ciclo de la Investigación Científica. Autor: Jfmelero. CC-BY-SA 3.0.

Fuente: <https://commons.Wikimedia.org/wiki/File:Investigacion.png>

¿Qué NO es un trabajo académico?

- UNA SUCESIÓN DE CITAS DE OTROS AUTORES SIN HILO NARRATIVO NI APORTACIÓN PROPIA.

UN LISTADO Y ENUMERACIÓN INTERMINABLE SIN EXPLICACIÓN, CONTEXTUALIZACIÓN NI INTERPRETACIÓN.

Normas de edición de los TFG

- *Tipo de letra:* Times New Roman 12.
- *Márgenes:* Izq. 3 cm, derecho 3 cm, superior 2,5 cm, inferior 2,5 cm.
- *Interlineado:* 1,5 y texto justificado.
- *Espaciado:* Espaciado anterior y posterior del párrafo de 6 puntos. No se introducen líneas en blanco entre párrafos.
- *Citas:* Véanse las diapositivas sobre citación.
- *Numeración:* Las páginas irán numeradas.
- *Extensión del TFG:* Entre 8000 y 20000 palabras si el TFG es de 6 créditos, entre 12000 y 30000 palabras si es de 9 créditos.
- *Normas de citación / bibliografía:* Se recomienda el sistema APA en su 7ª u 8ª edición, aunque se permitirá cualquier sistema reconocido, mientras sea coherente en todo el texto.

ÉTICA

ALUMNO/A Y TUTOR/A FORMAN EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

El alumno/a se compromete a informar de forma transparente, completa y veraz a su tutor/a de los pasos de su trabajo. Esta información es confidencial y el tutor/a no puede compartirla con nadie ni utilizarla con otros propósitos sin autorización del alumno/a. Se trata, por tanto, de secreto profesional. En caso de una manifiesta ocultación de información al tutor/a, se evaluará el trabajo como NO APTO:

HONESTIDAD CON EL TUTOR/A

Si el alumno/a engaña al tutor/a, no se comunica lo suficiente con él o escatima información, se expone a que su trabajo tenga errores y faltas graves que, en el caso del TFG, conducen a que el trabajo sea calificado “NO APTO” por el tutor/a, o a que reciba un SUSPENSO por parte de los miembros del Tribunal de defensa.

Faltas éticas graves en un trabajo académico

PLAGIO, APROPIACIÓN Y COPIA LITERAL SIN CITAR

Utilizar texto ajeno como si fuera propio, sin precisar que es una cita ni indicar la fuente de la que procede es un **ROBO** de la producción intelectual de otros autores/as y un **ENGAÑO** a la audiencia que confía en la honestidad del trabajo realizado.

AUTOPLAGIO Y RECICLAJE DE TEXTOS

Tanto si es propio como si es ajeno, tanto si hay consentimiento como si no lo hay, reutilizar y presentar un texto académico como si fuera de nueva realización es un **FRAUDE**.

FALSIFICACIÓN DE DATOS, RESULTADOS, ENTREVISTAS E INFORMANTES

Es tanto un **ENGAÑO** como un **FRAUDE** que desacredita e invalida la investigación y al falso autor/a.

Estas faltas graves conllevan el suspenso. Pueden acarrear la apertura de expedientes disciplinarios y la aplicación de medidas sancionadoras.

CITACIÓN

OBRAS EN DOMINIO PÚBLICO

Tras expirar los derechos de autor según la legislación vigente, las obras pasan al dominio público y pueden ser libremente utilizadas. En España, las obras pasan al dominio público tras pasar 70-80 años del fallecimiento del autor/a.

https://es.Wikipedia.org/wiki/Dominio_público

OBRAS HUÉRFANAS Y/O ANÓNIMAS

Bajo derecho de autor, pero se desconocen (o no se puede localizar a) autores/as ni herederos/as. ¡CUIDADO!

DERECHO DE CITA – Derecho reconocido en la legislación española y de la UE (*véase la diapositiva siguiente*).

LICENCIAS CREATIVE COMMONS

El autor/a cede parte de sus derechos de autor, bajo ciertas condiciones de obligado cumplimiento, para el uso y difusión de su obra.

Más información en:

<https://creativecommons.org>

Imagen de licencias CC en ESP recuperada de:
https://biblioguias.uam.es/citar/creative_commons



	Reconocimiento (by): Se permite cualquier explotación de la obra, incluyendo una finalidad comercial, así como la creación de obras derivadas, la distribución de las cuales también está permitida sin ninguna restricción.
	Reconocimiento – NoComercial (by-nc): Se permite la generación de obras derivadas siempre que no se haga un uso comercial. Tampoco se puede utilizar la obra original con finalidades comerciales.
	Reconocimiento – NoComercial – Compartirigual (by-nc-sa): No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.
	Reconocimiento – NoComercial – SinObrasDerivadas (by-nc-nd): No se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas.
	Reconocimiento – Compartirigual (by-sa): Se permite el uso comercial de la obra y de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.
	Reconocimiento – SinObrasDerivadas (by-nd): Se permite el uso comercial de la obra pero no la generación de obras derivadas.

LEY 2/2019, DE 1 DE MARZO, POR LA QUE SE MODIFICA EL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL, APROBADO POR EL REAL DECRETO LEGISLATIVO 1/1996, DE 12 DE ABRIL, Y POR EL QUE SE INCORPORAN AL ORDENAMIENTO JURÍDICO ESPAÑOL LA DIRECTIVA 2014/26/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, DE 26 DE FEBRERO DE 2014, Y LA DIRECTIVA (UE) 2017/1564 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO, DE 13 DE SEPTIEMBRE DE 2017.

Artículo 32. Citas y reseñas e ilustración con fines educativos o de investigación científica.

1. Es lícita la inclusión en una obra propia de fragmentos de otras ajenas de naturaleza escrita, sonora o audiovisual, así como la de obras aisladas de carácter plástico o fotográfico figurativo, siempre que se trate de obras ya divulgadas y su inclusión se realice a título de cita o para su análisis, comentario o juicio crítico. Tal utilización solo podrá realizarse con fines docentes o de investigación, en la medida justificada por el fin de esa incorporación e indicando la fuente y el nombre del autor de la obra utilizada.

¿Cómo se cita en un trabajo académico?

NORMAS ESTANDARIZADAS PARA LA BIBLIOGRAFÍA, Y PARA CITAS LITERALES Y REFERENCIAS A LAS FUENTES INSERTAS EN EL TEXTO -

Las revistas y publicaciones fijan sus propias normas editoriales de citación y referencia de fuentes. Sin embargo, es frecuente utilizar normas estandarizadas con amplia aceptación como las **NORMAS APA** (es decir, las normas de la Asociación Americana de Psicología), cuyo resumen y descripción se puede consultar en la siguiente URL:

<https://normas-apa.org/>

SIEMPRE HAY QUE PONER LA PÁGINA DE LA OBRA CITADA para que los lectores/as interesados/as puedan encontrar y verificar la cita buscada en la fuente original.

RESEÑAR DÓNDE ESTÁN LAS FUENTES PARA POSIBLES CONSULTAS es fundamental en una investigación académica. Estimula el aprendizaje, el debate y la transparencia científica.

Cita directa opción 1

TEXTO

En referencia a la historia de la medición de la audiencia social en nuestro país, **Natalia Quintas Froufe y Ana González Neira (2015, p. 22)** nos informan que “el 1 de diciembre de 2014 Kantar Media[[...] lanzó el primer medidor oficial de la audiencia social en España [...]”.

FUENTE DE LA CITA:
“Nombre y Apellidos de Autores (Año, página)”

CITA LITERAL DE MENOS DE 40 PALABRAS: entrecomillada e integrada en el cuerpo de texto con el mismo interlineado y tamaño de letra.

Cita directa opción 2

TEXTO

En referencia a la historia de la medición de la audiencia social en nuestro país, **Natalia Quintas Froufe y Ana González Neira (2015, p. 22)** nos informan de lo siguiente:

El 1 de diciembre de 2014 Kantar Media, tras la adquisición de Tuitele, lanzó el primer medidor oficial de la audiencia social en España (Kantar Twitter TV Ratings) a través de la herramienta Instar Social con el fin de proporcionar datos unificados de esta nueva audiencia.

FUENTE DE LA CITA:
**“Nombre y Apellidos de
Autores (Año, página)”**


CITA LITERAL DE MÁS DE 40 PALABRAS: párrafo aparte del cuerpo de texto, sangrado, tamaño de letra más pequeño, interlineado sencillo

Cita directa opción 3

TEXTO

En referencia a la historia de la medición de la audiencia social en nuestro país se produjo un hito importante cuando

El 1 de diciembre de 2014 Kantar Media, tras la adquisición de Tuitele, lanzó el primer medidor oficial de la audiencia social en España (Kantar Twitter TV Ratings) a través de la herramienta Instar Social con el fin de proporcionar datos unificados de esta nueva audiencia. (Quintas y Froufe, 2015, p. 22)



CITA LITERAL DE MÁS DE 40 PALABRAS: párrafo aparte del cuerpo de texto, sangrado, tamaño de letra más pequeño, interlineado sencillo



FUENTE DE LA CITA:
“(Autor, Año, página)”

Cita directa opción 4

TEXTO

En referencia a la historia de la medición de la audiencia social en nuestro país, **Quintas Froufe y González Neira (2015)** nos informan de lo siguiente:

El 1 de diciembre de 2014 Kantar Media, tras la adquisición de Tuitele, lanzó el primer medidor oficial de la audiencia social en España (Kantar Twitter TV Ratings) a través de la herramienta Instar Social con el fin de proporcionar datos unificados de esta nueva audiencia. (p. 22)

FUENTE DE LA CITA:
"Apellidos de Autores (Año)"

CITA LITERAL DE MÁS DE 40
PALABRAS: párrafo aparte del cuerpo
de texto, sangrado, tamaño de letra
más pequeño, interlineado sencillo

FUENTE DE
LA CITA:
"(página)"

Cita indirecta

FUENTE DE LA CITA: “Nombre y Apellidos de Autores (Año, página)”

- **TEXTO**

- En referencia a la historia de la medición de la audiencia social en nuestro país, **Natalia Quintas Froufe y Ana González Neira (2015,**
 - **p. 22)** nos han informado de **cómo la absorción de Tuitele por Kantar Media a finales de 2014 supuso la aparición del medidor oficial Kantar Twitter TV Ratings cuya herramienta fundamental de medición se denominó Instar Social.**

NO SE REPRODUCE EL TEXTO LITERAL DE OTROS AUTORES, SINO QUE SE PARAFRASEA Y/O RESUME SU CONTENIDO REFERENCIANDO SIEMPRE LA FUENTE: en el cuerpo de texto, con el mismo interlineado y tamaño de letra, sin entrecorillado ni párrafo sangrado.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

**SIEMPRE AL FINAL DE
LA INVESTIGACIÓN Y
ANTES DE LOS ANEXOS**



**INCLUYE TODAS LAS
FUENTES CITADAS EN EL
CUERPO DE TEXTO Y
UTILIZADAS PARA
ELABORAR LA
INVESTIGACIÓN**



**LAS REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS SE
COLOCAN POR ORDEN
ALFABÉTICO DEL
PRIMER APELLIDO DE
LOS AUTORES/AS**

4. Referencias

- AROLDI, P., & VITTADINI, N. (2015). Audiences as Socio-Technical Actors: The "Styles" of Social Network Site Users. In F. Zeller, C. Ponte & Brian O'Neill (Ed.). *Revitalising Audience Research: Innovations in European Audience Research* (pp. 195-214). New York: Taylor & Francis.
- ARROJO, M. J. (2015). Social Television as a New Relationship between Conventional TV and the Audience: An Analysis of its Aims, Processes, and Results. *International Journal of Social Science Studies*, 3(4), 37-49.
- BUSCHOW, C., SCHNEIDER, B., & UEBERHEIDE, S. (2014). Tweeting television: Exploring communication activities on Twitter while watching TV. *Communications-The European Journal of Communication Research*, 39(2), 129-149.
- CESAR, P., & GEERTS, D. (2011). Past, present, and future of social TV: A categorization. In *Consumer Communications and Networking Conference (CCNC), 2011 IEEE* (pp. 347-351). IEEE.
- CHORIANOPOULOS, K. (2007). Content-Enriched Communication: Supporting the Social Uses of TV. *The Journal of the Communications Network*, 6(1), 23-30.
- CHORIANOPOULOS, K., & LEKAKOS, G. (2008). Introduction to social tv: Enhancing the shared experience with interactive tv. *Intl. Journal of Human-Computer Interaction*, 24(2), 113-120.
- COLOMBO, F. (Ed.) (2015). *Social TV. Produzione, esperienza e valore nell'era digitale*. Milano: Egea.
- CONGOSTO, M. L., DELTELL, L., CLAES, F., Y OSTESO, J. M. (2013). Análisis de la audiencia social por medio de Twitter. Caso de estudio: los premios Goya 2013. *Icono 14*, 11(2), 53-82. doi: 10.7195/ri14.v11i2.577.

Referencia bibliográfica - Libro

REFERENCIAS DE LIBROS:

“Apellido Autor, Inicial Nombre Autor (Año). *Título del libro en cursiva*. Madrid: Editorial. [Enlace si el libro está en línea.](#)”

Quintas Froufe, N., González Neira, A. (coord.) (2015). *La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social*. Madrid: AIMC.

CONSULTAR NORMAS APA PARA REFERENCIAR LIBROS. En su 7ª versión, se elimina la mención del lugar de edición: “~~Madrid~~”.

Referencia bibliográfica - Capítulo de libro



REFERENCIA DEL CAPÍTULO DE LIBRO.

Compárese con la
referencia bibliográfica de
todo el libro.

Quintas Froufe, N., González Neira, A. (2015). **Revisión del concepto de televisión social y sus audiencias.** En N. Quintas Froufe y A. González Neira (coord.). *La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social* (pp. 14-26). Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).


Referencia bibliográfica - Artículo en revista académica

REFERENCIAS DE ARTICULOS EN REVISTAS ACADÉMICAS:

Autores (Año). Título del Artículo. *Título de la Revista*, Volumen(Nº de la Revista), páginas. DOI (no es obligatorio)



CONGOSTO, M. L., DELTELL, L., CLAES, F., Y OSTESO, J. M. (2013). Análisis de la audiencia social por medio de Twitter. Caso de estudio: los premios Goya 2013. *Icono 14*, 11(2), 53-82. doi: 10.7195/ri14.v11i2.577.



¿QUÉ ES UN DOI? - “Un DOI (Digital Object Identifier) es una forma de identificar un objeto digital (por ejemplo un artículo electrónico de una revista, un capítulo de un libro electrónico...) sin importar su URL, de forma que si ésta cambia, el objeto sigue teniendo la misma identificación. Se usa extensivamente en publicaciones electrónicas como revistas científicas y otras.” (Biblioteca de la Univ. de Granada. https://biblioteca.ugr.es/pages/busco_informacion/doi)

Referencia bibliográfica - Artículo de periódico

Loscos, S. (12 de junio de 2021). Comunicación interna, la estrategia está en el interior. *La Vanguardia*, p. 25.

<http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/2021/06/12/pagina-25/387666030/pdf.html>

EN VERSIÓN PAPEL:

Autores (Día Mes Año).
Título del Artículo. *Título del periódico*, páginas.

Loscos, S. (2021, 12 de junio). Comunicación interna, la estrategia está en el interior. LA VANGUARDIA.

<https://www.lavanguardia.com/economia/20210612/7521624/que-es-la-comunicacion-interna-estrategia-esta-interior-brl.html>

EN VERSIÓN DIGITAL

Autores (Año, Día Mes).
Título del artículo.
TÍTULO DEL PERIÓDICO.
URL del artículo.

Referencia bibliográfica - Tesis Doctoral

Canto de Gregorio, A. (1983). *La epigrafía romana de Itálica* (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
<https://archive.org/details/1983-1985-a.-m.-canto-epigrafia-romana-de-italica-vol.-i-completo/mode/2up>

VERSIÓN IMPRESA:

Autor/a (Año). *Título de la investigación* (Tesis doctoral). Universidad, Localidad.

Lugo Rodríguez, N. (2016). *Diseño de narrativas transmedia para la transalfabetización* [tesis doctoral, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona]. Repositorio institucional UPF: <http://hdl.handle.net/10803/396131>

VERSIÓN ELECTRÓNICA

Autor/a (Año). *Título de la investigación* [tesis doctoral, Universidad]. Repositorio institucional.



Gracias por tu atención

Trabajos Fin de Grado 2022-2023

Juan Luis Posadas
Coordinador académico