



Taller de informativos:
actualidad política

Máster en Periodismo en
Televisión
2024-25



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Taller de informativos: actualidad política

Titulación: Master en Periodismo en Televisión

Curso Académico: 2024-25

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 4

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: D. Ángel Negro Rodríguez / Dra. Dña. Marta Saavedra Llamas

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- 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.
- 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Posean y comprendan conocimientos fundamentales que se enmarcan en un contexto multidisciplinar caracterizado por la confluencia de las Ciencias de la Comunicación, Ciencias Sociales, Económicas y Empresariales y Relaciones Internacionales, entre otras.
- Sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre aspectos políticos, sociales, económicos y éticos.
- Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y hayan desarrollado una gran capacidad para solucionar problemas y realizar tomas de decisión relacionadas con la búsqueda de noticias en entornos poco conocidos, en condiciones de tiempo limitado y de alta presión por alcanzar resultados.
- Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y hayan desarrollado una gran capacidad para solucionar problemas y realizar tomas de decisión relacionadas con el tratamiento periodístico de las noticias en el medio televisión en condiciones de tiempo limitado y alta presión por alcanzar resultados.
- Sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro, atractivo y adaptado a las características específicas del Medio Televisión.

- Hayan desarrollado una gran sensibilidad en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, impulso de la igualdad de la mujer, de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Profundización en la capacidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en la lengua española de manera oral y escrita, con dominio de los recursos lingüísticos y literarios más adecuados al Medio Televisión.
- Dominio de la capacidad de resumen de textos y documentos especializados de temas relevantes, mediante la utilización de un lenguaje periodístico adaptado al Medio Televisión.
- Dominio de los diferentes mecanismos y elementos de la construcción de noticias, reportajes y documentales en televisión, atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción.
- Dominio del estilo periodístico en televisión, en los aspectos relacionados con su estructura, géneros, técnicas, fuentes, y condiciones que caracterizan la información, la interpretación y la opinión sobre acontecimientos en este medio específico.
- Conocimiento especializado de la obtención de información de actualidad, de su valoración y de selección, de la interpretación de los hechos conocidos y su posterior tratamiento para la difusión adecuada del mensaje en televisión.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Este taller permite que los estudiantes se ejerciten en la tarea de la elaboración de un informativo, en el que podrán analizar, evaluar y abordar la complejidad de los elementos técnicos y la viabilidad en la conjugación y organización de los distintos equipos humanos que participan en la elaboración del espacio. Desde la creación de la escaleta a la presentación ante la cámara, el estudiante tendrá que poner a prueba y aplicar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la materia. Las dinámicas que se reproducen en esta asignatura son las relacionadas con las coberturas de actualidad política, en especial la política nacional.

2.3. Contenido detallado

1. **El periodista en la sección de Nacional.** Rutina: mucho más que política. Cómo usamos Whatsapp, Twitter, Facebook, Instagram y TikTok. De la rueda de prensa al informativo: el viaje de los totales. Rigor y honestidad. Adelantos, primicias y exclusivas.
2. **¿Cómo hacer sencillo lo complejo? ¿Cómo hacer entretenido lo aburrido?** Análisis de la información del área de Nacional: guía para identificar el titular y condensar. La importancia de estar informado. Conexiones en directo: qué es imprescindible y qué sobra.
3. **Coronavirus: impacto sobre los ritmos políticos.** El BOE y el decreto del estado de alarma. Comparecencias en tiempos de pandemia. Tensión política: cómo resumir los rifirrafes.
4. **Partidos políticos.** Estructura interna del área de comunicación: los jefes de prensa. Convocatorias y notas de prensa. Las ruedas de prensa. El deber de transcribir de manera fiel y literal. Las cuotas en las preguntas.
5. **Congreso y Senado.** El pasillo: canutazos y declaraciones. Insistencia y persistencia: nunca dejar de preguntar. Los silencios también son totales. Tensión periodística: cuando el político ataca al periodista y por qué es noticia. Ejemplos de entrevistas y comparecencias. Visita guiada.

6. **Gobierno.** El presidente y su agenda. Consejo de Ministros. Las ruedas de prensa de los martes: consejos y simulación. Dimisiones y ceses: dónde está el total. Viajes oficiales al extranjero: dónde poner el foco.
7. **Elecciones y campañas electorales: usos y costumbres.** El informativo durante la campaña. El autobús. Encuestas públicas y privadas: cómo leerlas correctamente. Noche electoral: ¿todos ganan? El día después: pactos y estrategias.
8. **Terrorismo, menores de edad y disturbios callejeros.** ¿Qué, cómo, cuándo y por qué? Los límites de la información: detalles e imágenes. ¿Todo es emitible? ETA, Al Qaeda, 11M y atentados de Cataluña. El referéndum del 1 de octubre: análisis y comparativa. Disturbios en Madrid en torno a la sede del PSOE. Visita en clase.
9. **Justicia y tribunales: sentencias.** Identificar claves para comunicar con éxito. La sentencia del procés y otros ejemplos. Los abogados son tus fuentes. Informar sobre corrupción: ir al grano y destacar la anécdota. Casos mediáticos.
10. **Defensa y Fuerzas Armadas.** Información cerrada. Imágenes cedidas. Viajes al extranjero. El Ejército: otros ritmos. Las fuerzas de seguridad: Policía, Guardia Civil y cuerpos autonómicos. ¿Cómo trabajar con sus imágenes?
11. **Casa Real.** Coberturas oficiales. Discursos: el arte de leer entre líneas. La reina y su estilo periodístico: la improvisación preparada. Otro mundo: etiqueta y vestimenta. Visita en clase.

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares.

Se realizarán test de actualidad semanales y prácticas relacionadas con el programa desarrollado en la guía docente. Asimismo, el profesor encargará tres actividades dirigidas que tendrán un peso más importante en la nota final.

Actividad Dirigida 1 (AD1): Imágenes que hablan por sí solas. A partir de una secuencia en bruto y sin off, el alumno deberá identificar a sus personajes y las claves fundamentales de la imagen para posteriormente redactar unas colas de un informativo. Actividad individual.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Cobertura y noticia. Redactar una noticia con plató a partir de una cobertura real, propuesta por el alumno y autorizada por el profesor. Actividad en grupo.

Actividad Dirigida 3 (AD3): Simulación cobertura de un atentado: minuto a minuto. La actividad obligará al alumno a ejercitar su capacidad para retener datos, cifras y detalles en un corto espacio de tiempo y bajo presión con el objetivo de replicar en clase la cobertura de un acontecimiento de última hora. Actividad individual.

Trabajo final: consistirá en la realización de un reportaje cuyo tema de actualidad propondrán los alumnos bajo la supervisión del profesor. Cualquier obstáculo o inconveniente sobrevenido que impida su grabación será resuelto por el profesor. Trabajo final en grupo.

2.4. Actividades formativas

Teoría: 20% (0,8 ECTS)

Aprendizaje basado en la lección magistral, en lecturas dirigidas y en debates en clase. Se explicarán las secciones de un programa informativo y los elementos técnicos y humanos que intervienen; la naturaleza de las retransmisiones, las características de los documentales y reportajes y todo el proceso informativo desde las reuniones de producción hasta la emisión en directo. Competencias Generales: 1, 2. Competencias específicas 1, 3, 7, 8, 10, 11 y 12.

Práctica: 40% (1,6 ECTS)

Aplicación, basada en los Métodos del Caso y del Taller, individualmente o en grupo a juicio del profesor, de los conceptos y herramientas conceptuales anteriormente descritas Competencias Generales 3, 4, 5, 8. Competencias específicas 1, 3, 7, 9, 10, 11 y 12.

Trabajo personal: 40% (1,6 ECTS)

Trabajos individuales y/o en equipo del alumno, sobre los conceptos y herramientas aprendidas, y dirigidos a crear contenidos informativos usando las tecnologías apropiadas a cada caso.

Aprendizaje autodirigido: Siguiendo las indicaciones del profesor, el alumno profundizará por su cuenta el aprendizaje de los conceptos y herramientas conceptuales expuestas en clase y preparará los debates, los casos y las presentaciones que se realizarán en clase.

Método del Proyecto: Realizará, escribirá y presentará oralmente en grupo un trabajo original en cada asignatura de esta Materia que muestre una aplicación de dichos conceptos, métodos y técnicas, dependiendo de las características de cada asignatura. Frecuentemente estos trabajos tendrán la forma de una propuesta de programa informativo, reportaje o documental informativo. En cada asignatura, juicio de cada profesor y con la aprobación de los órganos de coordinación del Máster, este trabajo puede ser la prueba objetiva final de la evaluación del rendimiento del alumno. Competencias Generales 1, 2, 3, 4, 5 y 8. Competencias específicas 1, 2, 3, 7, 8, 10, 11 y 12.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)
5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
7,0 - 8,9 Notable (NT)
9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Actividades dirigidas individuales o en grupo)	40%
Examen final o trabajo final I	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	Se pierde
Presentación de trabajos y proyectos (Actividades dirigidas individuales o en grupo)	40%
Examen final o trabajo final I	60%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre en la convocatoria extraordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Cervera, E. (2014). Las caras de la noticia. Madrid: Léeme Libros.
- Cervera, E. (2014). El directo, informativo en televisión. Madrid: Fundación Universidad San Pablo.
- Pardo, C. (2014). Los años que vivimos peligrosamente. Madrid: Plaza & Janes Editores.
- Resano, H. (2016). La trastienda de un informativo. Barcelona: Planeta.

Bibliografía recomendada

- Eco, U. (2015). Número Cero. Barcelona: Lumen.
- Tabucchi, A. (1994). Sostiene Pereira. Madrid: Anagrama.
- Vicens, L. Tedó, X. (2017). Operació Urnes. Barcelona: Columna.
- Nafría, I. (2017). La reinención de The New York Times. Austin: Centro Knight para el Periodismo.

- Rey, M. (2017). Juego de escaños: relato del divorcio entre política y ciudadanía. Madrid: Península.
- Llapart, M. y Monrosi, J.M. (2021). La coalición frente a la pandemia. Madrid: Península.

Otros recursos

Visionar con espíritu crítico los informativos de televisión de todas las cadenas. Seguir de cerca a articulistas y periodistas que habitualmente cubren la información de Nacional y publican de manera frecuente noticias sobre la actividad política y parlamentaria.

- Documental: Las caras de la noticia, 2014. Canal +.
- Documental: Page One: Inside the New York Times, 2011.
- Documental: Muerte en León. 2016, Max y Movistar Plus.
- Documental: Política: manual de instrucciones, 2016.
- Documental: 60 minutos: la corrupción en España, 2013. EITB
- Documental: El fin de ETA, 2016
- Documental: Las cloacas de Interior, 2017. Mediapro.
- Documental: Citizenfour, 2014.
- Documental: The Gatekeepers, 2012.
- Documental: Capturing the Friedmans, 2003.
- Documental: El caso Alcácer, 2018, Netflix.
- Documental: A los gatos ni tocarlos: un asesino en Internet, 2019, Netflix.
- Documental: Dolores: la verdad sobre el caso Wanninkhof, 2021 Max.
- Documental: El estafador de Tinder, 2022, Netflix.
- Documental: El desafío: 11M, 2022, Prime Video.
- Documental: Salvar al rey, 2022, Max.
- Podcast: Xrey, 2020, Spotify.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Ángel Negro Rodríguez
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Master en Periodismo en Televisión Antena 3
Correo electrónico	anegroro@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail o teléfono

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	El profesor Ángel Negro Rodríguez es licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid (Premio Extraordinario Fin de Carrera), Máster en Periodismo en Televisión Antena 3 en la Universidad Antonio de Nebrija y Máster en Gestión de Empresas Audiovisuales de EAE Business School. Ha trabajado en La Crónica de León, Cadena Ser y RNE, entre otros medios. Actualmente desarrolla su actividad profesional en la sección de Nacional de Antena 3 Noticias, donde realiza crónicas políticas, conexiones en directo y expertos en plató. Como periodista de Antena 3, ha viajado a Francia, Suecia o Turquía y ha cubierto todo tipo de jornadas electorales, congresos políticos, la muerte del expresidente Adolfo Suárez, los atentados de Barcelona de 2017, el referéndum independentista del 1 de octubre o la visita de Estado de los Reyes a Cuba. En su faceta personal es cofundador de 'The Equality Advocacy Project', una organización no gubernamental y sin ánimo de lucro comprometida con la defensa del colectivo LGTBI en el extranjero
--	--

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Marta Saavedra Llamas
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora Acreditada por ANECA. 1 sexenio de investigación activo Doctora en Ciencias de la Información Licenciada en Periodismo
Correo electrónico	msaavedr@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail o teléfono

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Acreditada por ANECA en las figuras de contratado doctor, universidad privada y ayudante doctor, cuenta con un sexenio de investigación activo. Dirige la Cátedra de Cine, Mujer y Educación Nebrija-EGEDA-Platino Educa. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, desarrolló la tesis doctoral <i>La estrategia de comunicación en el cine de Pedro Almodóvar: Influencia de la promoción en el desarrollo y consolidación de la trayectoria del autor</i>. Es Licenciada en Periodismo y realizó el postgrado Comunicación bursátil y sectores financieros en la misma universidad. En el área profesional ha trabajado como redactora en los periódicos regionales <i>El faro de Murcia</i> y <i>El diario de Murcia</i> y en los medios económicos <i>El nuevo Lunes</i>, <i>Dirigentes</i> y <i>Nuestros Negocios</i>. De 2008 a 2010 fue redactora jefe de estas dos últimas publicaciones, así como del confidencial <i>Dirigentesdigital.com</i>. Colabora con distintos medios. Tiene experiencia en el ámbito de la comunicación institucional; ha formado parte del equipo de la Agencia de Calidad, Acreditación y Prospectiva de las Universidades de Madrid (ACAP), ahora Fundación Madri+d, donde trabajó en el área de acreditación del profesorado. También, en la Fundación Antonio de Nebrija, realizando acciones institucionales y proyectos editoriales. Ha dirigido el Departamento de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija, de la que ahora es vicedecana. Lidera el proyecto de innovación docente Nebrija Medialab. Pertenece al grupo de investigación INNOMEDIA y lidera la línea de investigación de producción cultural y audiovisual en el Observatorio Nebrija del Español. Investigación de la profesora aplicada a la asignatura ARTÍCULOS CON ÍNDICE DE IMPACTO • Saavedra, M.; Herrero, M.; Gago, R. (2024). Valeria y el liderazgo femenino en la ficción seriada. <i>Revista de Comunicación</i>, 23(1), 535-553. • Saavedra, M.; Gago, R.; Martínez, L.; Tavárez, A. (2023). Aprendizaje cognitivo, emocional y social en el área audiovisual. Casos de éxito durante la pandemia. <i>Correspondencias & Análisis</i>, 18, 121-153. • Castillo, E.; Herrero, M. y Saavedra, M. (2023). La formación en verificación en España: análisis de la demanda profesional frente a la oferta de grado. <i>Textual & Visual Medial</i>, volumen 17, número 2, 4-21. • Saavedra, M.; Herrero, M. y Castillo, E. (2023). Ámbitos profesionales del periodismo de datos dentro del ecosistema mediático digital: una aproximación al contexto español y a los medios de referencia en el mundo anglosajón. <i>Doxa Comunicación</i>, 37, 1-18. • Tavárez, A.; Saavedra, M. y Vaquerizo, A. (2023). La estrategia de adaptación de la TV en abierto en España. Atresplayer Premium y MiTele Plus ante el ecosistema de las SVOD internacionales y la ruptura de los hábitos de consumo. <i>Vivat Academia</i>, 156, 152-172.
---	---

	• Saavedra, M., Herrero, M. y Gago, R. (2022). Radiografía de la participación femenina en la industria audiovisual: de la rabia a la acción. <i>IC Revista Científica de Investigación y Comunicación</i>, 19, 31-55. • Herrero, M., Saavedra, M. y Castillo, E. (2022). Periodismo de datos contra desinformación. Competencias, perfiles y formación requerida en el periodismo de datos. <i>Estudios del Mensaje Periodístico</i>, 28(4), 827-40. https://doi.org/10.5209/esmp.82592 • Castillo, E.; Saavedra, M.; Herrero, M. (2022). La convergencia mediática y el universo Big Data: nuevos perfiles profesionales y necesidades formativas en Periodismo. <i>Sphera Pública</i>, 22, II: 26-42. • Herrero, M.; Gago, R.; Saavedra, M. (2022). Women in the audiovisual industry. The case of Spain as the new hub of European production, <i>Cogent Arts & Humanities</i>, 9:1, DOI: 10.1080/23311983.2022.2105512 • Saavedra, M.; Toledano, F. (2022). La comunicación como estudio transversal: evolución de las facultades especializadas en España. <i>SEECI</i>, 55, 211–226. https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e799. • Grijalba, N.; Saavedra, M.; Jiménez, C. (2022). Los nuevos comunicadores audiovisuales oportunidades profesionales y formación requerida en el contexto español. <i>Contratexto: Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima</i>, 37 (número dedicado a los 50 años en la formación de comunicadores en Iberoamérica), 99-123. • Gago, R.; Saavedra, M. y Tavárez, A. (2021). El primer concurso de talentos online de España como práctica innovadora e interdisciplinar en los estudios de Comunicación durante la pandemia. <i>Revista Panamericana de Comunicación</i>, n. 3: 116-127. • Saavedra, M.; Gago, R.; Grijalba, N. y Tavárez, A. (2021). Evolución de los intereses y hábitos de consumo televisivo de la audiencia española. <i>Océánide</i>, n. 14: 17-24. • Saavedra-Llamas, M.; Grijalba-de-la-Calle, N. (2020). The creative cinematographic process at the service of national identity: Pedro Almodóvar and the promotion of Spanish stereotypes. <i>Creativity Studies</i>, n. 13(2): 369-386. • Saavedra-Llamas, M.; Herrero, M.; Castillo, E. (2020). La formación en periodismo de datos en España: radiografía de la oferta académica universitaria. <i>Anàlisi</i>, n. 62. • Saavedra-Llamas, M.; Papí-Gálvez, N.; Perlado-Lamo-de-Espinosa, M. (2020). Televisión y redes sociales: las audiencias sociales en la estrategia publicitaria. <i>El profesional de la información</i>, v. 29, n. 2, e290206. • Saavedra-Llamas, M.; Herrero, M.; Rodríguez, L.; Jiménez, C. (2019). Información de salud: fuentes periodísticas y desafíos profesionales. <i>El profesional de la información</i>, v. 28, n. 2, e280208. • Saavedra, M.; Grijalba, N.; Pedrero, LM. (2018). Hacia una redefinición de las competencias y perfiles profesionales del comunicador audiovisual en el ecosistema digital. <i>Doxa</i>, n. 27: 369-385. • Saavedra, M.; Rodríguez, L. (2018). Las cadenas de televisión españolas frente al debate del 13J: Estrategias de programación y audiencia social. <i>Fonseca Journal of Communication</i>, n. 17: 125-136. • Rodríguez, L.; Saavedra, M. (2017). Debate electoral 13-J: la audiencia social en la estrategia de los partidos políticos. <i>Trípodos</i>, n. 41: 173-191.
--	--

	• Saavedra, M.; Rodríguez, L. (2016). Audiencia Social: Una oportunidad para el medio televisivo y para la estrategia publicitaria. <i>Telos</i>, n. 103: 102-110. • Saavedra, M.; Perlado, P.; Rubio, J. (2016). Entrenamiento de competencias profesionales en el ámbito de la Comunicación: el caso de Nebrija Medialab. <i>Revista Espéculo</i>. Universidad Complutense de Madrid, número de diciembre de 2016: 31-45. • Saavedra, M.; Rodríguez, L.; Barón, G. (2015). Audiencia social en España: Estrategias de éxito en la televisión nacional. <i>Icono14</i>, n. 13(2): 214-237. • Saavedra, M.; Rodríguez, L. (2014). La evolución de la comunicación integrada de marketing: retos y competencias. <i>Investigación y Marketing</i>, n. 123: 38-42. LIBROS • Saavedra, M.; Grijalba, N.; Gago, R. (coord.) (2023). <i>XX AdN. La historia del festival universitario de cortometrajes más veterano de España</i>. Tirant Lo Blanc. • Gago, R.; Saavedra, M.; Grijalba, N. (coord.) (2022). <i>La nueva edad de oro de las series de ficción en España: mercado, narrativas y público</i>. Tirant Lo Blanc. • Perlado, M.; Saavedra, M. (eds.) (2017). <i>Los estudios universitarios especializados en Comunicación en España</i>. UOC. Este libro fue publicado en la colección Dircom de Editorial UOC, que ha obtenido el Sello de Calidad para Colecciones Científicas CEA-APQ 2018-2023, avalado por ANECA. • Saavedra, M.; Rodríguez, L. (coord.) (2017). <i>Audiencia Social: Estrategias de comunicación para medios y marcas</i>. Síntesis. • Saavedra, M.; De Miguel, M. (coord.) (2017). <i>Tendencias en el ecosistema mediático</i>. Dykinson.
--	--