

A large, light gray, stylized profile of Nebrija, the founder of the University of Salamanca, is positioned in the upper right background. The profile is facing right and is rendered in a minimalist, geometric style with sharp lines and a textured, feathered collar.

La transformación
digital de la radio

**Máster de Formación
Permanente en Radio,
Podcast y Audio Digital
2024-25**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: La transformación digital de la radio

Titulación: Máster en Formación permanente en Radio, podcast y audio digital

Curso Académico: 2024-25

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 2

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. David Ramos Pascual

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Asimilar las variables del proceso de transformación de la industria audiovisual en el entorno digital;
- Comprender los efectos del nuevo entorno sobre las lógicas profesionales de la radio y del audio digital;
- Distinguir las claves en la conceptualización, diseño, producción y distribución de los contenidos sonoros en el escenario contemporáneo;
- Impulsar estrategias de creación y adaptación de contenidos de audio a través de nuevos canales y plataformas

1.2. Resultados de aprendizaje

- Capacidad para identificar y asimilar las variables del proceso de transformación de la industria audiovisual en el entorno digital;
- Capacidad para comprender los efectos del nuevo entorno sobre las lógicas profesionales de la radio y del audio digital;
- Capacidad para distinguir las claves en la conceptualización, diseño, producción y distribución de los contenidos sonoros en el escenario contemporáneo;
- Capacidad para impulsar estrategias de creación y adaptación de contenidos de audio a través de nuevos canales y plataformas;

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Esta asignatura está concebida para presentar el marco evolutivo de la industria radiofónica y la transformación que está experimentando cien años después de su nacimiento con la irrupción de Internet y la convergencia tecnológica.

2.3. Contenido detallado

1. Presentación de la asignatura. Explicación de la Guía Docente. Conceptos básicos
2. El marco analógico: contexto de producción, distribución, consumo y monetización.
3. El entorno digital: hábitos, pautas y lógicas de difusión y consumo de contenidos.
4. La nueva radio: no lineal, visual, social y guiada.

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.

Actividad Dirigida 1 (AD1): Diseño y actualización periódica de un blog en Tumblr para el seguimiento de la actualidad de la industria del audio digital y la realización de tareas sobre la materia.

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

Modalidad: Presencial

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

Modalidad: Presencial

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%

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.

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 auditoría 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

- Bonet, M. y Sellas, T. (2019). Del flujo al stock. El programador radiofónico ante la gestión del catálogo digital. *Profesional de la Información*, 28, n. 1, 1-8. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.09>
- Bonini, T. (2015). "The 'Second Age' of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium". *Quaderns del CAC*, 41, Volume XVIII, 23-32.
- Bosetti, O. E. y Espada, A. (comp) (2020). *La radio (1920-2020), La obstinada vigencia de un medio invisible*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Gallego Pérez, J.I. (2010). *Podcasting: Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros*. UOC.
- Gutiérrez-García, M. y Barrios-Rubio, A. (2021). Prácticas juveniles de consumo sonoro entre grandes plataformas y el ecosistema radiofónico. *Comunicación y Sociedad*, 18. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7820>

- Izuzquiza, F. (2019). *El Gran Cuaderno de Podcasting. Cómo crear, difundir y monetizar tu podcast*. Kailas.
- Leoz-Aizpuru, A. y Pedrero-Esteban, L. M. (2022) Audio news storytelling innovation un a digital age: The Case of Daily podcasts in Spain. *Information*, 13(4) <https://doi.org/10.3390/info13040204>
- Martí, J.M. (2016). *51 ideas para hacer buena radio*. Barcelona: UOC.
- Martínez-Costa, M.P.; Lus Gárate, E. El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital. *Miguel Hernández Communication Journal*, 2019, 10(2), 323-340. <https://doi.org/10.21134/mhcyj.v10i0.314>
- Newman, N; Gallo, N. *News Podcasts and the Opportunities for Publishers*. Reuters Institute. University of Oxford, UK, 2019, pp. 8-9. <https://bit.ly/3C5PH54>
- Orrantia, A, (2022). *¿Cómo habla tu marca en podcast?* Madrid: ESIC
- Orrantia, A. (2019). *Diez claves para contar buenas historias en podcast. O cómo producir contenidos en un entorno digital cambiante*. UOC, Barcelona, Spain.
- Pedrero Esteban, L.M.; Marín Lledó, C. y Martínez Otón, L. (2021). (2022) La programación radiofónica en la era del consumo bajo demanda. Evolución de la oferta generalista en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, mayo. <https://doi.org/10.5209/esmp.80720>
- Pedrero-Esteban, L.M. y García-Lastra, J.M. (2019). (eds.) *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica*. Tirant.
- Pérez-Alaejos, M.P.; Pedrero-Esteban, L.M.; Leoz-Aizpuru, A. La oferta nativa de podcast en la radio comercial española: contenidos, géneros y tendencias. *Fonseca, Journal of Communication*, 2018, 17, 91-106. <https://doi.org/10.14201/fjc20181791106>
- Piñeiro-Otero, T. y Pedrero Esteban, LM (2022) (eds). *Comunicación Sonora Digital. Monográfico en revista Profesional de la Información*. Septiembre. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/issue/view/4048>
- Román-San Miguel, A. y Moreno Espinosa, P. (2022). *Redacción periodística en la radio. De la radio convencional al podcasting*. Barcelona: Gedisa.
- Terol-Bolinches, R.; Pedrero-Esteban, LM; Pérez-Alaejos, M. De la radio al audio a la carta: la gestión de las plataformas de podcasting en el mercado hispanohablante. *Historia y Comunicación Social*, 2021, 26(2), 475-485. <https://doi.org/10.5209/hics.77110>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. David Ramos Pascual
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctor en Comunicacion
Correo electrónico	dramos@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Jefe de Contenidos y Estrategia Digital en Cadena SER y profesor de comunicación y marca en Internet en la Universidad Villanueva.</p> <p>Antes Redactor Jefe Digital de Deportes en Cadena SER, Senior News Editor en El Huffington Post, Editor General de Contenidos en Telefónica Digital para los proyectos Terra España e Invertia, Editor de Portada de RTVE.es y Jefe de Sección Web en 20minutos. También ha trabajado en Radio Marca, Agencia Efe, Europa Press y MTG España.</p> <p>Experiencia docente como profesor de periodismo digital, nuevas tecnologías de la información y tratamiento de contenidos multimedia en la Universidad Carlos III de Madrid, Instituto RTVE, Centro Universitario Villanueva y Universidad Europea de Madrid.</p>
---	--