



Nuevos formatos:
audiolibros, audio
social, audiojuegos,
metaverso

**Máster de Formación
Permanente en Radio,
Podcast y Audio Digital
2026-27**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Nuevos formatos: audiolibros, audio social, audiojuegos, metaverso.

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

Curso Académico: 2026-27

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 2

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Elia Fernández Granados

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

En la sonosfera digital conviven la radio el podcasting y nuevos formatos de audio que amplían el consumo del audio digital hacia productos sonoros que requieren de profesionales expertos en su creación, producción y distribución. El mercado de los audiolibros, los audiojuegos, el metaverso y su relación con la realidad virtual...

- Reconocer los nuevos formatos digitales sonoros, así como sus particularidades narrativas y técnicas;
- Identificar las posibilidades expresivas de estos nuevos formatos de audio digital como base para la creación y distribución de contenidos de ficción, información y entretenimiento;
- Conocer las variables creativas, narrativas, tecnológicas y económicas sobre las que se articula la producción de cada uno de estos formatos;
- Impulsar estrategias para la creación y adaptación de estos formatos sonoros a nuevos canales y plataformas.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Capacidad para reconocer los nuevos formatos digitales sonoros, así como sus particularidades narrativas y técnicas;
- Capacidad para identificar las posibilidades expresivas de estos nuevos formatos de audio digital como base para la creación y distribución de contenidos de ficción, información y entretenimiento;
- Capacidad para conocer las variables creativas, narrativas, tecnológicas y económicas sobre las que se articula la producción de cada uno de estos formatos;
- Capacidad para impulsar estrategias para la creación y adaptación de estos formatos sonoros a nuevos canales y plataformas.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

El objetivo de esta asignatura es conocer y apreciar las particularidades y el potencial narrativo, lúdico y comercial de los nuevos formatos de audio nacidos en el ecosistema digital: audiolibros, audiojuegos, aplicaciones de audio social, la IA aplicada al audio y el audio en el metaverso.

2.3. Contenido detallado

Introducción al ecosistema actual del audio digital y a las principales tendencias que están transformando los hábitos de consumo, producción y distribución.

Bloque 1. El nuevo ecosistema del audio digital

- Evolución del sector del audio en la última década.
- Convergencia entre radio, podcast, audiolibro y plataformas digitales.
- Nuevos hábitos de escucha y consumo.
- El papel de las plataformas y los algoritmos.
- Oportunidades profesionales emergentes.

Bloque 2. Audiolibros y narrativas audio-first

- Evolución y situación actual del mercado.
- Audiolibros narrados y dramatizados.
- Adaptación de contenidos editoriales al formato sonoro.
- Procesos de producción y edición.
- Plataformas, monetización y tendencias de consumo.

Bloque 3. Audio interactivo y audiojuegos

- Introducción a las experiencias de audio interactivo.
- Audiojuegos y narrativas participativas.
- Diseño narrativo para experiencias inmersivas.
- Casos de estudio nacionales e internacionales.
- Nuevas posibilidades creativas y de entretenimiento.

Bloque 4. Branded podcast y comunicación de marca

- El branded podcast como herramienta de comunicación.
- Storytelling aplicado a marcas.
- Estrategia, diseño y producción de proyectos sonoros corporativos.
- Modelos de medición y retorno.
- Casos de éxito y tendencias del mercado.

Bloque 5. Audio en plataformas sociales y videopodcast

- Del audiograma al videopodcast.
- Estrategias de distribución multiplataforma.
- El papel de TikTok, YouTube, Spotify e Instagram.

- Creación de comunidad en torno a proyectos sonoros.
- Adaptación de contenidos para redes sociales.

Bloque 6. Inteligencia artificial aplicada al audio

- Herramientas de IA para producción y edición.
- Generación sintética de voz.
- Traducción y doblaje automático.
- Automatización de procesos creativos.
- Retos éticos, legales y profesionales.

Bloque 7. Audio inmersivo y experiencias espaciales

- Introducción al sonido binaural y espacial.
- Audio para realidad virtual y realidad aumentada.
- Experiencias inmersivas y nuevos entornos de escucha.
- Casos de aplicación en entretenimiento, cultura y comunicación.

Bloque 8. Tendencias futuras del sector

- Innovación tecnológica y nuevos modelos de negocio.
- Descubribilidad y economía de la atención.
- Evolución de las plataformas de audio.
- Oportunidades de emprendimiento e innovación en el sector.

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): Análisis de un branded podcast.

Análisis individual o grupal de un proyecto de branded podcast seleccionado por el estudiante. Se estudiarán sus objetivos de comunicación, estrategia narrativa, producción, distribución y resultados obtenidos.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Diseño conceptual de un nuevo formato sonoro.

Desarrollo de una propuesta original basada en alguno de los ámbitos abordados en la asignatura: audiolibros, IA aplicada al audio, branded podcast, audio interactivo o experiencias inmersivas.

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.

3.5. Uso de la IA

La adopción de herramientas de IA debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:

- El profesor incluirá en cada actividad formativa que lo precise, si se contempla el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.
- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación y evaluación dictados por el profesor en cada actividad.

La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Bonet, M. y Sellas, T. (2019). "Del flujo al stock: el programador radiofónico ante la gestión del catálogo digital". *El Profesional de la Información*, 28, n. 1, 1-8.
- Bonini, T. (2015). "The 'Second Age' of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium". *Quaderns del CAC*, 41, Volume XVIII, 23-32.
- Gallego Pérez, J.I. (2010). *Podcasting: Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros*. UOC.
- 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)
- 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/mhcj.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. y García-Lastra, J.M. (2019). (eds.) *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica*. Tirant.
- 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.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. Elia Fernández Granados
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciada en periodismo
Correo electrónico	efernang@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Previa petición por mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación	Soy periodista y mi trayectoria ha estado siempre vinculada al periodismo sonoro. Desde los primeros meses cursando una beca en la Cadena SER hasta mi experiencia actual como responsable de <i>branded podcast</i> en Podium Podcast, he encontrado en el audio un campo de aprendizaje constante y la oportunidad de abordar multitud de enfoques creativos capaces de enriquecer tanto los contenidos informativos como los distintos formatos de entretenimiento. Además del trabajo de producción, guion y edición que he podido llevar a cabo en distintos programas de la Cadena SER, estrené mi propio podcast en 2016, llamado <i>Mañana empiezo</i>. Mi posición actual me permite trabajar con marcas muy distintas que buscan dar voz a su compañía. Experiencia como profesora del Máster en podcast y audio digital del centro Barreira A+D en el año 2023, en el Máster de periodismo de la Escuela UAM- El País y en el curso La era del podcast de la Escuela UAM – El País