



De la antena a la web:
El audio que se lee

**Máster de Formación
Permanente en Radio,
Podcast y Audio Digital
2025-26**



GUÍA DOCENTE

Asignatura: De la antena a la web: el audio que se lee

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

Curso Académico: 2025-26

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 2

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. Guillermo Rodríguez Díaz

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- El alumno adquiera en esta asignatura las siguientes competencias:
- Capacidad para idear, crear y distribuir un producto radiofónico, podcast o audio digital a través de la página web de la cadena.
- Capacidad para identificar la idea y la relevancia del contenido
- Capacidad para elegir el tipo de comunicación digital que desea realizar y las plataformas a través de las cuales llevarlo a cabo
- Distribución de contenidos en redes sociales y SEO
- Capacidad de trabajar en entornos digitales
- Capacidad para proyectar su etiqueta digital o la del medio para el que programa
- Capacidad para organizar su propio proyecto de audio a través de los social media
- Capacidad para seleccionar las plataformas de audio más adecuadas para su idea.
- Monetización de la campaña

1.2. Resultados de aprendizaje

El aprendizaje pasa por planificar y crear los contenidos que se emiten en la radio analógica con la mirada creativa de la página web. Cómo se adaptan a la distribución digital que los convierte en productos de amplio consumo con el objetivo de crear *engagement* con la audiencia y apuntalar la marca.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Interés en la radio y en los contenidos digitales.

2.2. Descripción de los contenidos

Los contenidos que se abordan en esta asignatura pasan por dotar al alumno de las herramientas necesarias para crear un producto que se pueda leer en la web de la cadena que se haya escuchado previamente en antena o crear un contenido digital con potencial salida en la radio.

La radio analógica convive con la radio online asíncrona, troceada para poder ser consumida de una manera diferentes donde, cuando y como el usuario desee.

2.3. Contenido detallado

1. Presentación de la asignatura. Explicación de la Guía Docente. Conceptos básicos
2. La creación de contenido transmedia para la web de la cadena
3. Despues del producto sonoro ¿cómo creo el contenido para la web?
4. El papel profesional del periodista multimedia
5. Escribir para ser posicionado: SEO
6. Estrategias digitales de programación en la web.
7. Producto digital para la radio
8. Gestión del contenido digital en programas
9. Herramientas y aplicaciones para programar
10. Acercamiento al futuro de la convivencia entre la web y la radio

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. Todas las actividades dirigidas van muy pegadas a la actualidad del momento. Los temas que se abordan tienen que programarse de acuerdo a la información que se genera al hilo de la actualidad en el momento en el que se imparte.

Actividad Dirigida 1 (AD1):

Creación de contenido específico según lo abordado en las clases: trasladar a la web una información de última hora emitida en antena. Seguimiento de la información y aportación del equipo digital.

Actividad Dirigida 2 (AD2):

Creación individual de un contenido según todo el aprendizaje adquirido a lo largo del curso. Trasladar a digital contenidos emitidos en antena, desde una entrevista a un programa completo. Estrategia de venta en plataformas sociales, inclusión de elementos multimedia y creación de informaciones paralelas al contenido madre.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

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

- 0 - 4,9 Suspensión (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

- Balsebre-Torroja, A., Ortiz Sobrino, M. Á., & Soengas-Pérez, X. (2023). Radio crossmedia y radio híbrida: la nueva forma de informarse y entretenerte en el escenario digital.
- Cebrián Herreros. (2001). *La radio en la convergencia Multimedia*. Cevisa.
- David Ramos Pascual. La integración de redacciones como respuesta a los nuevos formatos periodísticos el caso español : 20 minutos, ABC, El País y El Mundo. Tesis doctoral.
- La guerra imaginaria. Desmontando el mito de la inteligencia artificial con Asimov (SINGULAR, 2024). Fernando Bonete.
- En antena. Libro de estilo del periodismo oral. Taurus, 2017.
- Cardoso, G. (2011). Más allá de internet y de los medios de comunicación de masas. El nacimiento de la comunicación en red. *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*, nº 86, 14-22.
- López, N., Sánchez, Ch. y Izuzquiza, F. (2019). Nuevos perfiles profesionales de la radio y el audio digital. En Pedrero,L.M. y García, J.M (Eds.) *La transformación digital de la radio*, 243-266.Tirant Humanidades.
- Martínez Otón, L. y López Schlichting, C. (2021).*La influencia de las redes en la transformación de la radio: de la creación a la difusión en las narrativas digitales*. En Perez Escoda, A. y Rubio Romero, J. "Redes Sociales: ¿el quinto poder?". Edito. Tirant Lo Blanch.
- Ortiz Sobrino, M. A., & López Vidales, N. (2011). *Radio 3.0: Una nueva radio para una nueva era: la democratización de los contenidos*. Madrid: Fragua.
- Javier Jiménez. Radio online, la guía definitiva: Todo lo que necesitas saber para iniciar desde cero tu proyecto de radio online. CreateSpace Independent Publishing Platform; N.º 1 edición
- Pedrero Esteban, L. M., Gabilondo, I., & García Lastra-Núñez, J. M. (2019). *La transformación digital de la radio: Diez claves para su comprensión profesional y académica*. Valencia: Tirant Humanidades.
- Muzec Adem. How to Start Internet Radio: A Complete Step to Step Guide to Start an Online Radio at the Comfort of your Home. Independently published

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Guillermo Rodríguez Díaz
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciado en Geografía e Historia
Correo electrónico	grodrigu@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
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de	<p>Guillermo Rodríguez es licenciado en Geografía e Historia por la Universidad Complutense de Madrid con especialidad en Historia Contemporánea.</p> <p>Director de Informativos de la Cadena SER. Formó parte del equipo fundador de El HuffPost en España, medio del que fue director hasta 2021. Previamente fue redactor jefe en Público.es y ha estado más de 20 años vinculado a distintos medios de comunicación online.</p> <p>Además de colaborador y tertuliano en varios programas de televisión, ha sido profesor durante siete años en la Escuela de Periodismo de El País y en la Universidad Europea de Madrid.</p>