



La radio musical: de los
shows a la radiofórmula

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



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: De la radio musical: de los shows a la radiofórmula

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. Sergio Figueiras Gómez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

El alumno adquiera en esta asignatura las siguientes competencias:

- Capacidad para distribuir un producto radiofónico, podcast o audio digital
- Capacidad para identificar la idea o el nicho del producto realizado y su distribución en la radio analógica y online
- Capacidad para elegir el tipo de comunicación digital que desea realizar
- Capacidad de trabajar en entornos digitales
- Capacidad para organizar su propio proyecto de audio a través de los social media
- Capacidad para crear un plan de marketing
- Capacidad de establecer un itinerario hacia la profesionalización de su proyecto en audio.
- Capacidad para seleccionar las plataformas de audio más adecuadas para su idea.
- Monetización de la campaña

1.2. Resultados de aprendizaje

El alumno debería acabar el curso con capacidades suficientes para analizar y desarrollar programaciones y formatos de radio temática musical. Así como una visión general del mercado radiofónico musical español.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Es un acercamiento a la radio temática musical para entender la programación y la creación de contenidos musicales en la era de la digitalización.

Aprender a gestionar esos contenidos que están supeditados sobre todo por una nueva forma de consumo.

2.3 Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

1. LA RADIO MUSICAL

- Intro a la asignatura.
- Orígenes, historia, ámbito.
- Radio temática musical vs radio hablada.
- La ciencia y el marketing detrás de la radio.
- La radio musical en España. Mapa de posicionamiento y audiencias.
- Presentación del reto / trabajo final de la asignatura.

2. LA RADIOFÓRMULA

- Concepto, características, elementos, sonido.
- Composición y diseño de una parrilla de radio musical. El director.
- Música: *Hot clocks*, categorías, rotaciones. El programador.
- Imagin sonoro. *Liners, jingles, librerías, power intros*, audiologos. El productor.
- La figura de los dj / prescriptores en la radio musical. El presentador. Dj invitado.
- La Voz. Formación, conceptos (tono, ritmo, técnicas, expresividad), cuidado, aplicaciones.
- Práctica / Experiencia.

3. PROGRAMAS

- Los programas en la radio fórmula.
- Los *morning Show*. *Formato, público, tono y estilo. Ingredientes, marketing, rrss*.
- Los formatos en la radio musical actual.
- Guion, escaleta, producción, desconexiones, secciones, colaboradores. Presentador o productor invitado.
- Actividad Dirigida I: Diseñemos un morning 3.0.

4. RADIO MUSICAL DIGITAL: PRESENTE Y FUTURO

- Plataformas y soportes. Nuevos hábitos de consumo. El podcast.
- Apps, webs y RRSS en el contexto de la radio musical.
- La radio que (también) se ve.
- Metaverso, Inteligencia Artificial, RA, coches conectados.
- Actividad Dirigida II. Contenidos de radio musical 360º.

5. EXTRA. AMPLIANDO LAS ONDAS

- Eventos presenciales como complemento. Caso LOS40 Music Awards.
- Monetización-negocio. Publicidad y Branded Content en la radio musical.
- Hacia dónde van negocio e industria. Nuevos actores. Oportunidades y amenazas.
- Relación con discográficas, promotores, artistas y managers.
- Ponente invitado. Caso de estudio en el sector.
- Práctica.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán diferentes microtalleres, actividades, prácticas y juegos, u otros de objetivos o naturaleza similares con el fin de:

- Generar dinámicas de grupo centradas en la radio musical.
- Comprobar de primera mano cómo se hace radio musical en directo.
- Ser protagonistas activos de experiencias que calcan la experiencia real en el sector.
- Aprender a desenvolverse en un entorno real dentro de una radio musical.
- Ponerse en la piel de los distintos trabajos específicos dentro de una radio musical y sus distintas vertientes, desde la de generación de contenidos a la presentación o locución, promoción, producción, organización o edición de los mismos.

Actividad dirigida 1 (AD1): Challenge en grupo. Diseña un morning show del siglo XXI. Formato, duración, presentadores, tono y estilo, público objetivo, en qué radio se emite o qué colaboradores quieras fichar. Y todo con un presupuesto alto pero limitado.

Actividad dirigida 2 (AD2): Trabajo en equipo. Idea la estrategia de cobertura de un festival de música veraniego donde te toca hacer, a última hora, contenidos con artistas seleccionados para una marca de radio musical concreta. Piensa en el formato, en la cantidad de los mismos y en cómo los ejecutas y divides al equipo allí mismo.

Trabajo final: Como trabajo final, se expondrá al inicio de la asignatura un gran reto individual que ir completando durante las cinco semanas para ser presentado y expuesto en público al final de la misma.

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

- Afuera, A., (2021). *Aquí, Unión Radio: crónica de la primera cadena española (1925-1939)*. Editorial Planeta
- Álvarez-Fernández, M., (2021). *La radio ante el micrófono: voz, erotismo y sociedad de masas*. Editorial Consonni.
- Cebrián Herreros, M., (2007). *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones: del diálogo y participación a la interactividad*. Editorial Fragua.
- Faus Belau, A., (2007). *La radio en España: (1896-1977) Una historia documental*. Editorial Taurus.
- Kischinhevsky, M., (2017). *Radio y medios sociales: mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. Editorial UOC.
- Pedrero Esteban, L.M, (2009). *La radio musical en España: historia y análisis*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Tenorio I. y López R., (2012). *La nueva radio: manual completo del radiofonista 2.0*. Editorial Marcombo.
- Norberg, E.G., (2002). *Programación radiofónica: estrategias y tácticas*. Instituto RTVE
- Pedrero Esteban, L.M, (2019). *Transformación digital de la radio*.

Otros recursos

- La radio musical como germen para el nacimiento del Pop español, de Susana Ferrero Blanco, 2017. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=123067>
- Cualquier post del blog Radiochips sobre radio musical: <https://radiochips.blogspot.com/>
- La radio de formato musical: concepto y elementos, por Elsa Moreno, 1999. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8779/1/20100226102615.pdf>
- TFG de Silvia Hernández Barniol, 2019: [Memoria TFG-Silvia Hernández Barniol.pdf \(uva.es\)](https://memoria.uva.es/2019/06/06/tesis-silvia-hernandez-barniol/)
- La principal newsletter del sector Audio, Radio y Podcast, de Jorge Heili, LM Pedrero y Agustín Espada. Audiogen: <https://audiogen.es/>
- TFG de Pascual Labarta, 2018: <https://repositori.udl.cat/server/api/core/bitstreams/d362a2be-b265-4513-8edf-0677e821121c/content>
- ¿Hacia dónde va -o debería ir- la radio musical? De Gorka Zumeta. <https://www.gorkazumeta.com/2018/02/hacia-donde-va-o-deberia-ir-la-radio.html>
- Estudio General de Medios (2024).
- ¿Qué estilos de radio encontramos en España? - TrackPro
- Ejemplos de locución ochentera en radio musical en LOS40: https://www.youtube.com/watch?v=GJbAHSIXIGk&ab_channel=ManuGuinarte

- Radio survived the tape, CD, and iPod. In the age of Spotify, it's more popular than ever. <https://qz.com/1094963/radio-survived-the-tape-cd-and-ipod-in-the-age-of-spotify-its-more-popular-than-ever>
- Para los que sepan catalán, conversación sobre radio musical de Jaume Baró, Jordi Finazzi y Tony Aguilar: <https://cadenaser.com/cataluna/centenario/2024/03/07/tony-aguilar-la-gente-ya-no-quiere-ser-locutor-de-radio-quiere-ser-influencer-o-youtuber-sercat/>
- Música, industria y promoción ¿cómo ha cambiado el marketing musical? David Andrés Martín.
https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/15947/187_195.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Archivo sonoro de la Cadena SER, y el fondo documental de LOS40 y las Radios Musicales de Prisa, con Vladimir Espina como coordinador.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Sergio Figueiras Gómez
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciado en Periodismo
Correo electrónico	sfigueir@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 aplicación.	Licenciado en Periodismo por la Universidad Europea de Madrid. Programa Superior en Transformación Digital en la EOI. Liderazgo Personal / Impacto en la Organización, por el MIT. Máster en fotografía profesional, Ciclo II, en EFTI. Director de Estrategia de Contenido en las Cadenas Musicales de la S.E.R. Director de Branded Content en Prisa Radio España. Co-creador de formatos 360º de radio musical Dirección de programas en directo para la cobertura de premios, galas y otros eventos. Showrunner de formatos audiovisuales para Youtube y otros canales de directo.