Universidad de Navarra

Radio Especializada

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

- **Breve descripción**: Cómo idear, realizar y presentar en directo una oferta radiofónica (contenidos) desde la innovación y la creatividad
- **Titulación**: Grado de Periodismo y Grado de Comunicación Audiovisual
- **Módulo/Materia**: Módulo V, Materias optativas (Grado de Periodismo); Módulo VI, Materias optativas (Grado de Comunicación Audiovisual)
- **ECTS:** 3
- **Curso, semestre:** 3º ó 4º, segundo (enero-abril)
- **Carácter:** Optativa
- **Profesorado:** Iñaki Llarena, Personal de Apoyo a la Docencia, Jefe de Realización de Radio Universidad de Navarra y director de Estudios Aberin; y Eva Lus (responsable de la asignatura), Personal de Apoyo a la Docencia y Coordinadora de Radio Universidad de Navarra.
- **Idioma:** Castellano
- **Aula, Horario:** Viernes, de 9 a 12 horas (aula 1540 y estudio 5, Facultad de Comunicación)
- **Departamento:** Periodismo

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

Conocimientos

Que el alumno sea capaz de:

- Diseñar productos de radio y pódcast innovadores para atender a las audiencias presentes y futuras a través de la antena, a la carta y las redes sociales.
- Solventar con originalidad los condicionantes de cualquier ideación radiofónica, realización sonora y presentación en directo (improvisación) teniendo presente las inquietudes socioculturales, promocionales y comerciales de cada mercado radiofónico.
- Emplear con eficiencia los criterios y las técnicas de ideación sonora, realización sonora y presentación en directo más adecuados para cada estrategia especializada (informativa, deportiva, cultural o musical).
- Determinar las claves y las oportunidades innovadoras que brinda la gestión de productos innovadores en la convergencia digital teniendo presente la ética y la deontología profesional de las disciplinas de la comunicación.

Habilidades y actitudes

Que el alumno llegue a:

- Utilizar de modo adecuado la capacidad innovadora y creativa para idear, realizar y presentar una oferta radiofónica real en directo (proyecto) una vez analizadas las condiciones particulares de una sociedad y un mercado radiofónico concreto. Se trabaja sobre la experiencia de la emisora online de Fcom en directo (streaming), a la carta, pódcast y redes sociales.
- Profundizar en el diseño y la realización de una estrategia innovadora y creativa de contenidos radiofónicos. Entre ellos, la actualidad, el entretenimiento, la vida cotidiana, la sociedad, el deporte, la cultura, la música, la ficción y los temas de interés permanente vinculados al entorno sociocultural próximo de cada perfil de oyente.

- Resolver con eficiencia las dificultades de organización para cumplir con unos plazos reales de ideación, producción, promoción y presentación/emisión radiofónica en directo (improvisación) que permita relacionar la actividad profesional del comunicador con los acontecimientos informativos y las ideas de una sociedad determinada.
- Identificar los parámetros de calidad, innovación y de mejora creativa de un producto de radio o pódcast real desde el trabajo en equipo y el liderazgo para tomar decisiones.

Resultados de aprendizaje

- Investigación teórico/práctica aplicada.
- Diseño/ideación, dirección y presentación de proyectos radiofónicos en directo (*streaming*), a la carta, pódcast y redes sociales.
- Elaboración de guiones radiofónicos (textuales y técnicos) avanzados y especializados.
- Realización sonora avanzada: grabación (microfonía), edición y masterización de sonido, y música.

COMPETENCIAS DEL TÍTULO (Periodismo)

1.HABILIDADES

- RA16-Buscar, identificar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro o visual) necesario para la elaboración de discursos.
- RA19-Idear y ejecutar el diseño y los aspectos formales y estéticos de medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales.
- RA21-Detectar y corregir los errores cometidos en los procesos creativos u organizativos de la edición o producción y realización de productos informativos.

2.CAPACIDADES

- RA24-Comprender, analizar y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano y de la sociedad actual en sus múltiples dimensiones: antropológica, histórica, cultural, política, social y económica.
- RA25-Idear, planificar y desarrollar proyectos compartidos en el ámbito del periodismo.
- RA30-Conocer y aplicar el lenguaje y las técnicas propias de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión), de los nuevos soportes digitales (internet) y desarrollar sus posibilidades de convergencia multimedia.

COMPETENCIAS DEL TÍTULO (Comunicación Audiovisual)

1.HABILIDADES

- RA14-Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.
- RA16-Identificar y aplicar los elementos específicos de la construcción del guion audiovisual.

2.CAPACIDADES

- RA21-Comprender, analizar y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano y de la sociedad actual en sus múltiples dimensiones: antropológica, histórica, cultural y social.
- RA22-Idear, planificar y desarrollar proyectos compartidos en el ámbito de la comunicación audiovisual.
- RA26-Diseñar y dirigir la puesta en escena de contenidos audiovisuales.

- RA28-Analizar los formatos audiovisuales en el contexto de la estructura y mercados de la comunicación audiovisual.

COMPETENCIAS DEL TÍTULO (Marketing)

Generales

- CG4-Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.
- CG5-Aplicar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, planificación y gestión del tiempo a la toma de decisiones responsables y resolución de problemas de marketing.

Específicas

- CEO3-Conocer los fundamentos, las herramientas y los métodos de trabajo propios de la comunicación creativa.
- CEO4-Aplicar un pensamiento analítico y estratégico al desarrollo de proyectos de comunicación e innovación.

COMPETENCIAS ASIGNATURAS OPTATIVAS

- CEO1-Aplicar el pensamiento creativo y habilidades prácticas en el desarrollo de proyectos de diseño.
- CEO8-Adquirir habilidades para estar en condiciones de poder desarrollar proyectos empresariales de emprendimiento.
- CEO11-Aplicar habilidades de trabajo en equipo y liderazgo encaminadas a la toma de decisiones responsable y a la resolución de problemas.

PROGRAMA

Idea 1.

"Tu radio": 5 cuestiones clave en la convergencia digital. Hacia una idea disruptiva, cómo desarrollarla e implementarla, y alinear la estrategia.

Idea 2.

El mercado de los contenidos: cómo realizar un "producto radiofónico exclusivo" para una sociedad/público concreto.

Idea 3.

El mercado de los clientes: cómo fidelizar a los oyentes y a los anunciantes desde el liderazgo de una marca radiofónica. Credibilidad, confianza y transparencia.

Idea 4.

La evaluación de la estrategia radiofónica: acciones de mejora de la calidad, la innovación y la creatividad. Compromiso social.

Idea 5.

Ejercicio de autoevaluación. Los resultados de aprendizaje conseguidos. La calidad, innovación y creatividad del trabajo radiofónico realizado. Relación con los objetivos profesionales.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Las actividades formativas se imparten durante las 10 primeras semanas del segundo semestre del curso: viernes de 9 horas a 12 horas.

- Las clases son de aplicación teórico-práctica y tendrán lugar de modo presencial (aula 1540 y estudio 5). El trabajo de producción y escritura de guiones avanzados se realizará a través de Google Drive.

- Los alumnos trabajarán organizados por grupos y turnos de manera presencial. De este modo, idearán, realizarán y postproducirán en directo uno o dos programas de radio especializados.

- Horas totales de clases presenciales: 30.

Distribución aproximada del tiempo:

30 horas de clases presenciales (aula 1540 y estudio de radio 5).

1 hora de tutoría con el profesor (actividad presencial para cada alumno).

1 hora para realizar el ejercicio de autoevaluación del alumno (actividad no presencial para toda la clase).

33 horas de trabajos individuales o de grupo (actividad no presencial de apoyo a la producción).

10 horas de estudio personal (actividad no presencial).

Total: 75 horas

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Los resultados de aprendizaje del alumno se evalúan a través de los dos procedimientos siguientes:

1. El trabajo semanal realizado en las clases presenciales de aplicación teórico práctica para toda la clase: 80% de la nota final. Se puntúa de 0 a 10 y se valora la participación positiva. El alumno debe obtener un mínimo de 5 puntos para aprobar esta parte de la asignatura. El alumno tiene que asistir obligatoriamente a las clases presenciales. Sólo se permite 1 ausencia por causa justificada.

2. Un ejercicio final de autoevaluación realizado por cada alumno de manera individual y no presencial: 20% de la nota final. Se puntúa de 0 a 10. El alumno debe obtener un mínimo de 5 puntos para aprobar esta parte de la asignatura. Este ejercicio es obligatorio y consiste en que cada alumno elabore una valoración argumentada acerca de los logros conseguidos respecto de los tres aspectos siguientes: a) los resultados de aprendizaje conseguidos en la asignatura; b) la calidad, la innovación y la creatividad del trabajo radiofónico realizado en la emisora online de Fcom; y c) la puesta en relación con sus objetivos profesionales. El alumno dispone de un ejemplo/modelo de este tipo de ejercicio a través de http://www.unav.es/adi/

Para aprobar la asignatura es necesario obtener un mínimo de 5 como nota media del trabajo semanal y realizar el ejercicio final de autoevaluación con un mínimo de 5.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El alumno que deba presentarse a la convocatoria extraordinaria mantendrá las notas aprobadas obtenidas durante el curso. Quien tenga alguna de las partes cursadas y suspendidas deberá proceder de la forma siguiente:

1. Clases teórico prácticas presenciales. El alumno repetirá de forma individual el trabajo desarrollado a lo largo de las 10 clases. El requisito para recuperar esta parte es una nota mínima de 5. Solo podrán presentarse a esta convocatoria extraordinaria aquellos alumnos que hayan asistido a todas las clases presenciales de la asignatura y hayan suspendido esta parte.

2. Ejercicio final de autoevaluación. El alumno realizará de forma individual esta parte de la asignatura. El requisito para recuperar esta parte es obtener una nota mínima de 5. Solo podrán presentarse a esta convocatoria extraordinaria aquellos alumnos que hayan asistido a todas las clases presenciales de la asignatura y hayan suspendido esta parte.

ALUMNOS ESPECIALES

El alumno que tenga alguna discapacidad o situación especial certificada podrá participar de un plan de clases, trabajo, estudio y evaluación lo más adecuado a su situación. Este plan se adaptará a cada caso individual.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Se solicitará cita a través de correo electrónico.

Prof. Iñaki Llarena: illarena@unav.es

Estudios de radio. Despacho 1220. Facultad de Comunicación. Edificio de Ciencias Sociales (primera planta).

Prof.ª Eva Lus: elus@unav.es

Estudios de radio. Despacho 1230. Facultad de Comunicación. Edificio de Ciencias Sociales (primera planta).

-BIBLIOGRAFÍA

Básica

-Apuntes de clase y material disponible a través de ADI.

Recomendada: innovación en los medios

-Anthony, S. D. (2012). *The Little Black Box of Innovation. How it works. How to do it*. Boston: Harvard Business Review Press.Localízalo en la Biblioteca

-Bakke, N. A., & Barland, J. (2022). Disruptive Innovations and Paradigm Shifts in Journalism as a Business: From Advertisers First to Readers First and Traditional Operational Models to the AI Factory. *SAGE Open*, *12*(2). https://doi.org/10.1177/21582440221094819 (Original work published 2022) Localízalo en la Biblioteca

-Belair-Gagnon, V., & Steinke, A. J. (2020). Capturing Digital News Innovation Research in Organizations, 1990–2018. *Journalism Studies*, *21*(12), 1724–1743.Localízalo en la Biblioteca

-D'Haenens, L., Lo, W. H., & Moore, M. (2022). Innovation in journalism: How technology affects the news media, publication formats, and the journalist profession. In J. Trappel, & T. Tomaz, *Success and Failure in News Media Performance: Comparative Analysis in the Media for Democracy Monitor 2021* (pp. 337-354). Nordicom: University of Gothenburg. https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1641194/FULLTEXT02.pdf

-García-Avilés, J. A., Arias, F., De Lara, A., Paisana, M., Carvajal, M., Foá, C., García-Ortega, A., Margato, D., Crespo, M., Quiles, B., et al. (2023). *Analysis of Trends and Innovations in the Media Ecosystem in Spain and Portugal (2025–2030)*. Pamplona: IBERIFIER. Localízalo en la Biblioteca

-García-Avilés, J. A. (2021). Review article: Journalism innovation research, a diverse and flourishing field (2000–2020). *Profesional de la Información* 30: e300110. Localízalo en la Biblioteca

-García-Avilés, J. A., Carvajal-Prieto, M., Arias, F., & De Lara-González, A. (2019). How journalists innovate in the newsroom. Proposing a model of the diffusion of innovations in media outlets. *The Journal of Media Innovations,* 5, 1–16. Localízalo en la Biblioteca

-Godulla, A., & Böhn, S. (2023). *Digital Disruption and Media Transformation. How Technological Innovation Shapes the Future of Communication*. Springer.Localízalo en la Biblioteca

-Sádaba Chalezquer, Ch., García Avilés, J. A., & Martínez-Costa, M. P. (Coordinadores) (2016). *Innovación y desarrollo de los cibermedios en España*. Pamplona: Eunsa.Localízalo en la Biblioteca

Recomendada: dinámicas de los mercados de la radio y el *podcasting*

-Edison Research (2026). The Infinite Dial 2026. https://www.edisonresearch.com/the-infinite-dial-2026/

-Edición del AIMC Q Panel de Radio en 2025: 11ª edición del estudio de Radio (8 enero 2026). https://www.aimc.es/blog/nueva-edicion-del-aimc-q-panel-radio-2025-11a-edicion-del-estudio-radio/

-Moreno-Moreno, E., Martínez-Costa, M. P., & Amoedo-Casais, A. (2025). Audio y pódcast en el nuevo ecosistema digital. En B. García-Orosa, J. Vázquez-Herrero, & X. López-García, *De nativos a integrados. Treinta años de transformación digital de los medios en España* (pp. 125-142). Salamanca: Comunicación Social. Localízalo en la Biblioteca

-Martínez-Costa, M. P., Moreno, E., & Amoedo, A. (2018). Mapa de la radio online en España: tipología y caracterización en el contexto de los cibermedios. *El Profesional de la Información*, *27* (4), 849-857.Localizalo en la Biblioteca

Recomendada: gestión de contenidos y programación

-Moreno, E. (2005). Las "radios" y los modelos de programación radiofónica. *Communication & Society*, *18*(1), 61-111. Localízalo en la Biblioteca

-Moreno, E. (1999). La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales. *Communication & Society*, *12*(1), 89-111.Localízalo en la Biblioteca

-Moreno, E. (2004). La radio especializada: las técnicas de programación de la radio de formato cerrado. En M. P. Martínez-Costa, & E. Moreno (Coord.), *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia* (pp. 101-140). Barcelona: Ariel. Localízalo en la Biblioteca

-Moreno, E., & García, A. (2004). La identidad de la emisora en el mercado: la programación como imagen de marca. En M. P. Martínez-Costa, & E. Moreno (Coord.), *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia* (pp. 141-159). Barcelona: Ariel. Localízalo en la Biblioteca

-Norberg, E. G. (1998). *Programación radiofónica: estrategias y tácticas.* Madrid: IORTV. Localízalo en la Biblioteca

Otras lecturas:

-Euritt, A. (2023). *Podcasting as an intimate medium. Routledge Studies in New Media and Cyberculture*. London, UK: Routledge.Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

-Faus Belau, A. (1995). *La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y la televisión.* Barcelona: Eiunsa. Localízalo en la Biblioteca

-Lindgren, M. (2023). Intimacy and emotions in podcast journalism: A study of award#winning Australian and British podcasts. *Journalism Practice*, *17*(4), 704–719. Localízalo en la Biblioteca

-Lindgren, M. (2022). Podcast journalism and performative transparency. In S. Allen (Ed.), *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 207–216). Routledge.Localízalo en la Biblioteca

-Spinelli, M., & Dann, L. (2019). *Podcasting: The audio media revolution*. Bloomsbury Academic. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

-Sullivan J. (2024). *Podcasting in a platform age: From an amateur to a professional medium*. Bloomsbury.

Enlaces de interés

Radio Universidad de Navarra

https://www.unav.edu/web/radio-universidad-de-navarra

Cadenas generalistas en España

http://www.rtve.es/radio/

http://www.cadenaser.com

http://www.cope.es

http://www.ondacero.es

Cadenas de información especializada en España

http://www.marca.com/radio/

Cadenas musicales en España

http://www.rtve.es/radio/radioclasica/

http://www.rtve.es/radio/radio3/

http://www.cadena100.es

http://www.los40.com

https://los40.com/los40_classic/

http://www.cadenadial.com

http://www.kissfm.es

http://www.europafm.com

Universidad de Navarra

Todo noticias

http://www.rtve.es/radio/radio5/

http://www.radiofrance.fr/chaines/france-info

http://www.bbc.co.uk/fivelive/

https://www.radio.es/s/wins

Estudios de audiencia

http://www.aimc.es

http://www.rajar.co.uk/

http://www.mediametrie.fr

http://www.arbitron.com