

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO**

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central figure of a man on a white horse, holding a staff. Above him is a golden crown with a cross on top. To the left and right are golden castles. The background is light blue with green hills at the bottom. The Latin motto "SICUT ERAS BIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COATEMALENSIS INTER" is written around the perimeter of the seal.

**“ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA
DEL PROGRAMA RADIAL JUVENTUD AL AIRE”**

ZULY CRISTINA SOTO REYNOSO

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, noviembre 2015

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**“ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO
DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL PROGRAMA RADIAL
JUVENTUD AL AIRE”**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Licenciatura

Presentado al honorable Consejo Directivo por:

ZULY CRISTINA SOTO REYNOSO

Previo a optar por el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, noviembre de 2015

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio Moreno Sebastián

Secretaria Administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de Egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisor de EPS

Lic. Fernando I. Flores Barrios



Guatemala, 17 de septiembre de 2015

Lic. Luis Pedroza

Coordinador

Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Reciba un cordial saludo de **Asociación COMUNICARES**, esperando que sus actividades se desarrollen con éxito.

Por medio de la presente, hacemos constar que **Zuly Cristina Soto Reynoso** quién se identifica con DPI **2117 38433 0101** y número de carné **201016669** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta entidad específicamente, de **mayo a julio 2015** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica que comprendió del **3 de mayo al 26 de julio** del año en curso.

Realizando durante el tiempo estipulado actividades en base al proyecto **"Estrategia Comunicacional para el Fortalecimiento de la Comunicación Interna del Programa Radial Juventud al Aire"**, todo con el material comunicacional respectivo debidamente entregado y recibido por **Asociación COMUNICARES**. Por lo cual manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo de la epesista.

En tal virtud, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DEL PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA.

Atentamente,

Licenciada Ruth Amézquita
Coordinadora de Proyectos



COMUNICARES
Comunicación Pro Mujer,
Niñez y Comunidades
Apoyando la Responsabilidad Social.

17 Calle 31-47 zona 7, Villa Linda II.
Teléfonos: 2277-9504 • 2435-0129 • 2438-1343
www.comunicares.com
e-mail: proyectos@comunicares.com



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 23 de octubre de 2015

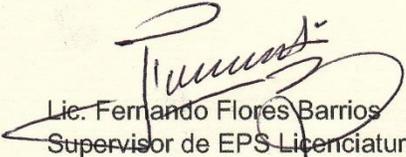
Estudiante
Zuly Cristina Soto Reynoso
Carné: 201016669
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

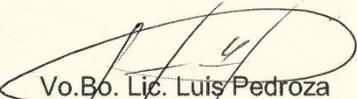
Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL PROGRAMA RADIAL JUVENTUD AL AIRE".

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Fernando Flores Barrios
Supervisor de EPS Licenciatura




Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza
Coordinador de EPS de Licenciatura
Sección "A"



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

- A Luis Soto, mi papá.** Por sus incansables muestras de apoyo y por transmitirme su sabiduría a través de acciones que me forjan como una mejor persona.
- A Zuly Reynoso, mi mamá.** Por todos los valores enseñados y siempre alentarme a dar lo mejor de mí en todos los aspectos de la vida.
- A Gabriel Soto, mi hermano.** Por su pensamiento crítico que me ha permitido cuestionar y debatir para encontrar el camino correcto.
- A Laura Soto, mi hermana.** Por ser mi cómplice y ser un excelente ejemplo de equilibrio entre corazón y cerebro.
- A Edwin Pineda, mi amor.** Por ser una fuente constante de apoyo, comprensión, tolerancia y amor.

Agradecimientos:

A la Universidad de San Carlos de Guatemala y Escuela de Ciencias de la Comunicación por ser mi casa de estudios.

A todo el equipo de Asociación COMUNICARES por enseñarme una vertiente de la Comunicación tan maravillosa; por abrirme las puertas y enseñarme a amar mi profesión y ser parte del cambio que Guatemala necesita.

Oneida Rodas, Sandra Reyes, Ruth Amézquita, Dayana Córdova y Erick Ramírez; un abrazo sincero a cada uno.

A todo el equipo de Juventud al Aire, por permitirme ser parte de este gran proyecto. Gracias colegas por su apertura hacia mi persona.

A todos, eternamente agradecida.

ÍNDICE

RESUMEN.....	IX
INTRODUCCIÓN	X
JUSTIFICACIÓN.....	XI

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. La Institución: ASOCIACIÓN COMUNICARES.....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes.....	3
1.2.4. Proyectos.....	5
1.2.5. Misión	7
1.2.6. Visión	7
1.2.7. Objetivos Institucionales	7
1.2.8. Público Objetivo	8
1.2.9. Organigrama	9
1.3. METODOLOGÍA.....	10
1.3.1. Descripción del Método	10
1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección.....	10
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico	11

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS	12
1.4.1. Observación.....	12
1.4.2. Ficha de la entrevista.....	14
1.4.3. Resultados de la entrevista	14
1.4.4. Cuadro comparativo de opiniones	15
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN (FODA)	17
1.5.1. Fortalezas.....	17
1.5.2. Oportunidades.....	17
1.5.3. Debilidades	18
1.5.4. Amenazas.....	18

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	19
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES.....	19
2.1.1. ¿Cómo funciona Juventud al Aire?.....	20
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	22
2.2.1. Objetivo general	22
2.2.2. Objetivos específicos	22
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	22
2.3.1. Público interno	22
2.4. EL MENSAJE	23
2.5. ESTRATEGIA.....	24
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	25
2.6.1. Talleres de fortalecimiento	25
2.6.2. Manual organizacional	25
2.6.3. Renovación de guiones radiales	26

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN	27
3.1. PROYECTO DESARROLLADO: “Estrategia Comunicacional para el Fortalecimiento de la de la Comunicación Interna del Programa Radial Juventud al Aire”	27
3.1.1. Financiamiento	27
3.1.2. Presupuesto	28
3.1.3. Beneficiarios.....	28
3.1.4. Recursos Humanos.....	29
3.1.5. Área Geográfica de Acción	30
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	30
3.2.1. Estrategia Desarrollada	30
3.2.2. Acciones Desarrolladas	31
Acción 01: Pre-producción del programa radial.....	31
Acción 02: Sistematización del manual operativo y técnico de JAA.....	38
Acción 03: Capacitaciones de fortalecimiento	47
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (PLAN DE COMUNICACIÓN)	51
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	52
CONCLUSIONES.....	53
RECOMENDACIONES.....	54
GLOSARIO..	55
BIBLIOGRAFÍA.....	58
EGRAFÍA.....	59
ANEXOS.....	60

RESUMEN

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN:

Asociación COMUNICARES

NOMBRE DEL PROYECTO:

*“Estrategia Comunicacional para el fortalecimiento de la
Comunicación Interna del programa radial
Juventud Al Aire”*

OBJETIVOS DEL PROYECTO:

General

Sistematizar el proyecto radial Juventud al Aire para fortalecer la interacción y comunicación interna del programa.

Específicos

1. Realizar dos talleres de fortalecimiento interno por medio de los cuales se refuerce la identidad del programa en el equipo de Juventud al Aire.
2. Crear un manual institucional en el que se detalle todo lo relacionado al programa para que sirva de guía a los actuales y futuros miembros de JAA.
3. Renovar el sistema utilizado para la producción de guiones radiales con el fin de agilizar el proceso de producción del programa.

SINOPSIS:

Juventud al Aire es un programa radial que se caracteriza por ser de joven a joven y busca crear espacios de libertad de expresión, acceso a información y difusión de derechos desde una perspectiva juvenil.

A través de esta estrategia comunicacional se sistematizó este proyecto perteneciente a Asociación COMUNICARES con el fin de fortalecer la comunicación interna. Esto se hizo a través de talleres de fortalecimiento, renovación de la producción de guiones radiales y la creación de un manual organizacional de Juventud al Aire.

INTRODUCCIÓN

Como parte de los proyectos de Asociación COMUNICARES que buscan promover los derechos y la libertad de expresión, surge la radio revista Juventud al Aire con el fin de crear espacios para abordar de forma juvenil temáticas que involucran el pensamiento crítico, debate e interacción entre jóvenes.

Esta Estrategia Comunicacional para el fortalecimiento de la Comunicación Interna del programa radial Juventud al Aire, permitió establecer una sistematización del proyecto y así reforzar los diversos canales de comunicación involucrados en todas las etapas de la producción radial de este programa.

Como toda investigación, esta estrategia constó de 3 fases; la primera fue la fase diagnóstica, la segunda consistió en el planteamiento estratégico de cómo proceder a partir de las necesidades comunicacionales encontradas y la tercera fase fue la ejecución de la estrategia a través de la cual se buscó contrarrestar las necesidades detectadas.

Las acciones desarrolladas durante esta estrategia consistieron en la pre-producción del esta radio revista a través de la cual se replanteó el manejo del contenido radial durante la producción, la segunda acción consistió en la sistematización del manual operativo y técnico de Juventud al Aire y la tercera estuvo dirigida a realizar capacitaciones de fortalecimiento.

JUSTIFICACIÓN

Como seres humanos, la comunicación es un elemento fundamental para nuestro crecimiento y ha sido un papel muy importante a lo largo de nuestra evolución. Actualmente, los canales de comunicación han sido modificados en gran parte a la era del conocimiento y globalización.

Conforme las generaciones cambian, tanto los elementos utilizados como lo que se comunica varía de acuerdo a los intereses de esa época. Sin embargo, existen temas que son recurrentes en todas las generaciones que necesitan ser abordados desde una perspectiva “fresca”; es por ello que los espacios de expresión juvenil son un punto clave para el análisis entre pares.

Actualmente, Juventud al Aire tiene 10 años de ser más que un programa radial, un espacio de joven a joven que promueve la educación – entretenimiento de joven a joven.

Es de suma importancia comprender el rol y dinámica de la comunicación interna para potencializar cualquier proyecto. Es por ello que la siguiente propuesta de comunicación radica en la necesidad de sistematizar este proyecto a nivel interno para que los procesos comunicacionales sean entendibles y establecidos, permitiendo mejoría en los diversos canales de comunicación e interacción del equipo.

Así mismo, esto permite la mejora del producto final para una mejor apreciación e impacto del grupo objetivo a nivel externo.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.1.1. Objetivo General

Diagnosticar los canales de comunicación internos que utilizan los miembros de “Juventud al aire” con el fin de determinar su funcionalidad.

1.1.2. Objetivos Específicos

1. Determinar qué medios de comunicación internos utilizan los miembros de Juventud al Aire.
2. Investigar si Juventud al Aire cuenta con material institucional que detalle qué es y cómo funciona este programa.
3. Observar la dinámica del equipo antes, durante y después del programa radial.
4. Proponer un plan de comunicación que permita mejorar los canales de comunicación internos de JAA.

1.2. ASOCIACIÓN COMUNICARES

Por sus siglas, COMUNICARES significa: Comunicación en Pro de la Mujer, Niñez y Comunidades Apoyando la Responsabilidad Social (COMUNICARES, SF). Esta institución, es una asociación civil sin fines de lucro que centra su atención en desarrollar proyectos para impulsar los derechos y libertad de expresión de niños, adolescentes y mujeres; para ello, utilizan la comunicación como herramienta principal y de esta manera contribuir al desarrollo de comunidades en todo el país.

Para mantener una línea de auto-sostenibilidad, esta organización también presta servicios de consultoría en comunicación a organizaciones públicas y privadas para

quienes facilitan procesos de capacitación, relaciones públicas, convocatorias y monitoreo de prensa, investigación comunitaria, producción audio visual, entre otras.

1.2.1. Ubicación Geográfica

Las oficinas centrales de la Asociación COMUNICARES están ubicadas en la 17 Calle 21-47, zona 7 Villa Linda II, Ciudad de Guatemala.

Cabe mencionar que también tienen presencia a nivel nacional gracias a sus programas radiales Chispas al Aire¹ que se transmite los viernes por Radio Sonora 96.9 FM y Juventud al Aire² transmitido los domingos por Radio Sónica 106.9 FM (Piló Santos, 2011).

Así mismo, debido a la naturaleza de esta institución, tienen presencia en el interior del país a través de proyectos comunitarios que llevan a cabo gracias a las alianzas con empresas nacionales e internacionales.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

A lo largo de los años, Asociación COMUNICARES ha trabajado con diversas organizaciones nacionales e internacionales con las cuales ha establecido alianzas estratégicas.

Los proyectos mencionados a continuación han sido ejecutados bajo la coordinación y supervisión de la M.A. Licenciada Oneida Rodas, Directora de COMUNICARES (CV Profesional COMUNICARES, 2014).

- GIZ -Cooperación Alemana- (2014)
- OPS/OMS y Ministerio de Salud (2013-2014)
- IBIS -Cooperación Danesa- (2012-2014)
- IEPADES (2011-2014)
- ECPAT (2007, 2009 y 2012-2014)
- Centro de Cooperación Sueca (2013)

¹ Programa radial producido por niños para niños.

² Programa radial producido por jóvenes para jóvenes.

- ASINDES (2012-2013)
- CHILDHOPE -Fundación Esperanza de los Niños- (2011-2013)
- SaveTheChildren – Noruega en Guatemala y Nicaragua (2002-2013)
- ONUMUJERES (2012)
- Organización Panamericana de la Salud OPS (2006 y 2009-2012)
- Refugio de la Niñez (2011)
- Radio Chavala Y Save The Children Nicaragua (2010-2011)
- ONUSIDA (2009-2011)
- Plan International (2005-2011)
- Sistema de Naciones Unidas: PNUD, OPS, UNFPA, ONUSIDA y UNIFEM (2010)
- LagunArtean y Gobierno Vasco (2009 -2010)
- PCI Media Impact y OPS-OMS: (2008-2010)
- CONACMI: Coordinadora Nacional contra el Maltrato Infantil (2006-2010)
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (2009)
- Visión Mundial (2008)
- ActionAid (2008)
- M.P.D.L. y Cooperación Española (2006-2007)
- Fundación para el Desarrollo y Educación de la Mujer Indígena FUNDEMI TALITA KUMI (2006)
- UNICEF (2005)

1.2.3. Antecedentes

Según describe el CV Profesional de COMUNICARES (2014), esta es una asociación civil sin fines de lucro, reconocida en el Registro Electrónico de Personas Jurídicas del Ministerio de Gobernación de Guatemala, conformada por un equipo profesional multidisciplinario y por voluntarios y voluntarias que fortalecen su trabajo.

Según la Directora de la Asociación la Licenciada Oneida Rodas, COMUNICARES es fruto de la necesidad del trabajo de campo debido a que por muchos años ella

trabajó como consultora para organismos internacionales, los cuales le encargaban proyectos que le permitieron aprender que trabajar directamente en las comunidades transforma la vida de esas personas y la vida de la gente en la comunidad³.

Entre los trabajos que realizó como consultora, tuvo la oportunidad de estar con la Cooperación Noruega quienes cuando iban a retirarse de Guatemala, la incitaron a que creara una organización que le permitiera trabajar comunicación para el desarrollo bajo lineamientos administrativos y legales debido a que este país no permite que ningún organismo internacional le done a una persona individual.

Nuevamente, otra organización le resaltó que debía crear una organización que le permitiera heredar como entidad y no como persona, proyectos que se trabajasen en Guatemala por organismos internacionales.

Ambas organizaciones le proporcionaron fondos que le permitieron pagarle a un abogado y poder hacer la papelería legal de COMUNICARES. Pero en esa época COMUNICARES solo era ella, porque no había una estructura organizacional que permitiera decir “qué es y cómo es”. A partir del 2005 comienza a funcionar Asociación COMUNICARES y en el 2007 surge la resolución legal como una organización sin fines de lucro.

Actualmente COMUNICARES tiene 10 años de contribuir al desarrollo guatemalteco a través de alianzas con organismos nacionales e internacionales, así como proyectos internos que le permiten explotar la comunicación como una de las herramientas más fuertes para empoderar a niños, jóvenes, mujeres y comunidades sobre sus derechos y la libertad de expresión.

Como menciona Piló Santos (2011), Asociación COMUNICARES tiene un buen posicionamiento en el mercado ya que es una institución pionera en trabajar proyectos comunicacionales dirigidos y producidos por niños y jóvenes.

³ Información recopilada de la entrevista realizada el 24 de febrero de 2015. Revisar anexo página 51 para más información.

Es por ello que uno de sus objetivos a futuro es trabajar a nivel internacional, ya que la realidad que se vive en Guatemala es similar a la de otros países en Latinoamérica (Piló Santos, 2011).

1.2.4. Proyectos

COMUNICARES ha sido contratada en diversos proyectos por organismos nacionales e internacionales. En dichos proyectos, la Asociación es contratada para planificar, ejecutar y evaluar el impacto de los mismos. Algunos de estos son (CV Profesional COMUNICARES, 2014):

- Coordinación del proyecto de comunicación para las Comisiones de Prevención del Delito en Cobán, San Pedro Carchá, Santa Cruz del Quiché y Salamá desarrollando estrategias de comunicación vinculando autoridades locales, medios de comunicación y organizaciones activas en los municipios con énfasis en juventud y mujeres. Este proyecto fue trabajado para la Cooperación Alemana (GIZ) en el año 2014.
- Medición de impacto de las campañas publicitarias de IEPADES así como investigaciones de tipo cuantitativas/cualitativas del año 2013 al 2014.
- Coordinación del proyecto “Yo sí puedo Construir la Paz” con el fin de promover cultura de paz en Totonicapán entre niños, docentes y adolescentes a través de actividades lúdicas y de comunicación para el desarrollo. Este proyecto fue trabajado para la Cooperación Danesa (IBIS) del año 2012 al 2014.
 - Producción de campañas radiales para la prevención del VIH y educación sexual dirigidas a adolescentes y jóvenes del departamento de Sololá. Se brindó capacitación temática y de técnicas radiofónicas a jóvenes de la organización y con ellos se produjo la campaña radial. Este proyecto fue trabajado para la Fundación Esperanza de los Niños (CHILDHOPE) del año 2011 al 2013.

Así mismo, tienen proyectos que son impulsados y desarrollados por COMUNICARES con la ayuda económica de organismos internacionales. Este tipo de proyectos están bajo la dirección exclusiva de esta organización. Ejemplo de ello son los siguientes proyectos:

- **Chispas al Aire:** programa radial pre-producido por niños y niñas, dirigido a la niñez de todo el país. Se integrada por varios segmentos de temáticas inherentes que ayudan a la promoción de derechos y libertad de expresión de la niñez. Como se mencionó anteriormente, este programa es transmitido los viernes a través de Radio Sonora 96.5 FM.

La producción de este programa está guiada por Asociación COMUNICARES, velando la participación e integración de niños del área rural y urbana del país, es por ello que el programa se transmite en varios idiomas mayas y en español con el fin de visibilizar la diversidad cultural.

Este proyecto es apoyado por la organización SavetheChildren Noruega a raíz del proyecto denominado: “La iniciativa de la niñez y juventud de un contexto posbélico y de construcción de paz” (COMUNICARES, SF).

- **Juventud al Aire⁴:** programa radial en vivo producido por jóvenes y adolescentes guatemaltecos en el cual se tocan temáticas de interés actual para la población juvenil. Como se mencionó anteriormente, este programa es transmitido los domingos a través de Radio Sónica 106.9 FM.

A diferencia de Chispas al Aire el equipo de Juventud al Aire de ahora en adelante denominado “JAA”, es el encargado de realizar la producción del programa (propuesta de temas, investigación y redacción de los segmentos); siempre bajo la dirección de la Directora de COMUNICARES y la actual productora del programa Nancy Carrera.

⁴ Más adelante se explica a profundidad todo lo relacionado con Juventud al Aire ya que es el proyecto elegido para realizar la estrategia de comunicación.

1.2.5. Misión

Promover la comunicación efectiva entre niños, niñas, jóvenes, mujeres y comunidades, impulsando la libertad de expresión y la promoción de los derechos de todos y todas, apoyando la Responsabilidad Social para la visibilización, participación e incidencia de la niñez, juventud y las mujeres en sus comunidades (COMUNICARES, CV Profesional COMUNICARES, 2014).

1.2.6. Visión

Ser en Centroamérica la organización que trabaja con y por los niños, niñas, jóvenes y mujeres utilizando la comunicación como herramienta para divulgar sus derechos y formarlos como líderes comunitarios, a través de metodologías innovadoras, con pertinencia cultural, y adecuadas a la realidad de la región (COMUNICARES, CV Profesional COMUNICARES, 2014).

1.2.7. Objetivos Institucionales

Según el CV de Asociación COMUNICARES actualizado en el año 2014, los objetivos institucionales son:

- ✓ Promover la responsabilidad social en favor de los niños, niñas jóvenes y mujeres guatemaltecos estableciendo alianzas estratégicas con organismos nacionales e internacionales, para llevar a cabo acciones que mejoren la calidad de vida de las personas menores de edad en Guatemala y promuevan sus derechos.
- ✓ Desarrollar proyectos de incidencia comunitaria, municipal, departamental o nacional en vinculación con las autoridades locales, líderes comunitarios y otros actores locales con el fin de promover la sostenibilidad de los proyectos, transformándolos en procesos a largo plazo.
- ✓ Medir el impacto comunitario de cada uno de los proyectos ejecutados, con el fin de dimensionar los cambios en conocimientos, actitudes y prácticas de los participantes en las intervenciones, con el fin de mejorar el nivel de impacto de

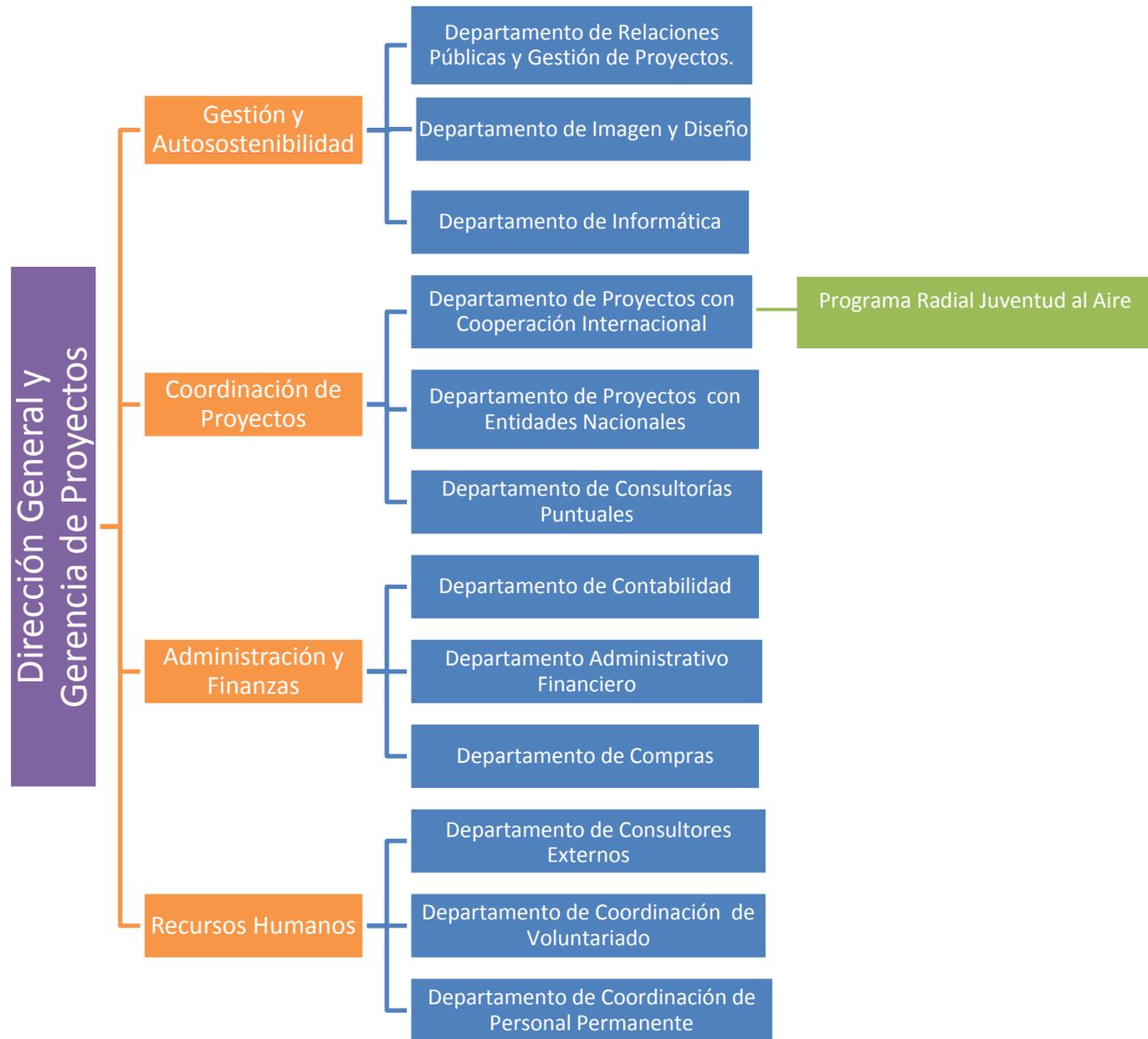
un proceso, y con ello, el nivel de conciencia local sobre los niños y sus derechos.

1.2.8. Público Objetivo

Los proyectos que realiza Asociación COMUNICARES están dirigidos a:

- Niños y niñas
- Adolescentes y jóvenes
- Mujeres
- Comunidades

1.2.9. Organigrama⁵



⁵ Organigrama proporcionado por Asociación COMUNICARES, actualizado en Mayo de 2014

1.3. METODOLOGÍA

1.3.1. Descripción del Método

El método de trabajo fue un método científico de carácter mixto, debido a que se utilizaron diferentes técnicas e instrumentos de recolección de datos que permitieron explorar de forma cuantitativa y cualitativa diferentes aspectos del programa radial Juventud al Aire. Este método permitió conocer de forma profunda todos lo relacionado al programa y así sustentar más adelante una buena estrategia de comunicación.

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos con el fin de conocer de forma cualitativa y cuantitativa todo lo relacionado al manejo interno del programa radial Juventud al Aire:

- **Observación:** fue aplicada los días domingos antes, durante y después del programa de JAA. También se observó la participación de los jóvenes a través del “grupo secreto” de Facebook durante toda la semana.
- **Entrevista:** esta técnica fue utilizada para recopilar información sobre aspectos generales, institucionales y sobre el proyecto con el fin de poder conocer opiniones, actitudes y percepciones de los involucrados.
- **Cuadro comparativo de opiniones:** se realizó una serie de preguntas directas y breves a algunos de los integrantes del equipo actual de Juventud al Aire con el fin de conocer sus puntos de vista con respecto a la comunicación interna del programa.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Actividades realizadas	FEBRERO 2015			
	1	2	3	4
Primera reunión con Directora de Comunicares e inicio de prácticas en la institución.				
Se establece que el proyecto a trabajar dentro de la institución es el programa radial Juventud al Aire.				
Recopilación de información para el diagnóstico.				
Primer día de reconocimiento y observación del programa radial Juventud al Aire.				
Acceso al “grupo secreto” de Juventud al Aire en Facebook.				
Recopilación de información para el diagnóstico.				
Segundo domingo en el programa Juventud al Aire.				
Comienza el monitoreo de las redes sociales de Juventud al Aire.				
Tercer domingo en el programa radial.				
Comienza la elaboración del diagnóstico.				
Entrevista con la Directora de COMUNICARES.				
Cuarto domingo en Juventud al Aire y participación en la 2da. capacitación de los jóvenes.				
Afinación de los últimos detalles para entregar el diagnóstico.				

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

1.4.1. Observación

Se tuvo acceso al “grupo secreto” de Facebook en el cual hay 30 miembros, entre ellos se encuentran la Directora de COMUNICARES y la productora del programa; los demás son miembros actuales del equipo de Juventud al Aire. A través de la observación del movimiento del grupo, se pudo determinar quiénes son los integrantes que más colaboran y participan en la producción del programa.

Así mismo, se confirmó lo mencionado por la Directora sobre la producción de la escaleta y la participación que tienen los jóvenes para crear el contenido de los segmentos seleccionados para el tema de la semana. También publican vídeos, enlaces o documentos que sirven como base informativa para la elaboración del contenido general del programa.

Cabe resaltar que el uso de este grupo está amarrado a la idea de ser un medio de comunicación interno efectivo para el intercambio de información que les permite mantener una organización e interacción constante. Aunque también se pudo observar la impuntualidad en la entrega del material solicitado por la productora para la aprobación del contenido de los segmentos.

Durante el diagnóstico, también se utilizó la observación participativa en la cual se asistió a los programas producidos en febrero y marzo 2015 para conocer la dinámica utilizada en la cabina antes, durante y después del programa.

A través de esta herramienta se pudo apreciar la relación directa entre el equipo de Juventud al Aire y se puede resaltar que mantienen relación de comunicación, confianza y jovialidad lo cual los solidifica como equipo de trabajo. Aún hay miembros que se están terminando de adaptar al grupo pero son tomados en cuenta por los integrantes con más trayectoria en el programa.

Por otra parte, se pudo observar que existe irregularidad por parte de los participantes en asistir a los programas, en la mayoría de ocasiones es por falta de

flexibilidad en sus horarios laborales. Otro aspecto que repercute en los jóvenes es que varios integrantes confirman su asistencia y no llegan el día del programa desestabilizando la producción del programa ya que fueron incluidos en los segmentos del mismo.

En la mayoría de ocasiones, los jóvenes se preparan académicamente para presentar el programa, pero hubo ocasiones en las cuales el contenido del mismo era débil, lo cual poniéndolo en un plano más amplio puede afectar en la permanencia radial de su audiencia.

Otro aspecto importante que debe ser resaltado es que los jóvenes promocionan sus redes sociales en el programa, procuran darle movimiento a algunas de sus plataformas virtuales y transmitir el programa en vivo domingo a domingo.

También se pudo confirmar que los jóvenes realizan una retroalimentación al final de cada programa en el cual exponen los aspectos positivos y elementos que deben mejorar en el siguiente programa. La productora es la moderadora, quien también comparte la opinión de la Directora de COMUNICARES con el resto del equipo quien en la mayoría de ocasiones, se comunica a la cabina durante el programa y finalizado el mismo, manda su criterio acerca de cómo estuvo el programa.

Durante la 2da. Capacitación realizada el domingo 1 de marzo, se pudo observar la implementación de la técnica de Educación-Entretenimiento a través de la cual los jóvenes son partícipes de forma activa durante toda la capacitación. Durante esta capacitación, se hicieron correcciones del programa, así como se les incentivó para que comenzaran a pensar multimedia.

1.4.2. Ficha de la entrevista

Entrevistada: Directora de Asociación COMUNICARES
Fecha: 24 de febrero 2015
Locación: oficinas centrales de Asociación Comunicares
Duración: 46 minutos con 19 segundos
Objetivo de la entrevista: conocer acerca de todo lo relacionado con Asociación COMUNICARES, así como comprender a profundidad cómo se maneja el programa radial Juventud al Aire; sus antecedentes, cómo funciona, cómo generan su contenido, manejan sus redes sociales y más.

1.4.3. Resultados de la entrevista

A través de la entrevista sostenida con la Licenciada Oneida Rodas, se puede concluir que:

- Juventud al Aire es un proyecto que permite a los jóvenes desarrollarse en diferentes ámbitos que van más allá de la comunicación, ya que es un espacio de recreación y crecimiento personal en el cual se les brinda la oportunidad de conocer sus derechos y obligaciones como jóvenes.
- A pesar de las limitaciones económicas de este proyecto, se han producido programas con temáticas de interés juvenil desde el año 2005.
- Los jóvenes reciben capacitaciones constantes que permiten mejorar aspectos técnicos de la producción de los programas. Así mismo, estas capacitaciones permiten que el equipo de JAA tengan la oportunidad de apoyar a Asociación COMUNICARES como facilitadores en determinados proyectos.
- Muchos de los cambios de forma que se realizan del programa surgen por iniciativa de los integrantes del equipo de JAA.
- Juventud al Aire ha tenido diversos casos exitosos que han permitido que varios exintegrantes del equipo se desenvuelvan en diferentes medios de comunicación guatemaltecos.

1.4.4. Cuadro comparativo de opiniones

Las siguientes preguntas fueron realizadas a varios integrantes del equipo de Juventud al Aire con el fin de conocer sus puntos de vista acerca de la comunicación interna del programa.

PREGUNTA	RESPUESTAS
<p>Cuando comenzaste a formar parte del equipo de Juventud al Aire, ¿Qué fue lo que te explicaron del proyecto?</p>	<p>La mayoría respondió que se les explicó de manera general el proyecto pero que no conocen a profundidad cómo ni por qué surgió JAA.</p> <p>Cuando se les replanteó la pregunta si les habían comentado desde un inicio acerca del Encuentro Nacional, la mayoría negó tener conocimiento de este evento hasta casi llegada la fecha de realizarlo.</p>
<p>Ya siendo parte del equipo de Juventud al Aire, ¿Te explicaron qué son los segmentos, cuáles son y cómo se hacen?</p>	<p>A esta pregunta, los jóvenes respondieron que en un inicio no se les indicó en qué consistían los segmentos; que fue algo que fueron descubriendo con la ayuda de la escaleta.</p> <p>Explicaron que en un momento dado se les explicó pero no cuando empezaron a formar parte del equipo.</p> <p>Así mismo, comentaron que les ayudó llegar al programa y ver cómo los demás lo producían antes de ser integrados a la escaleta.</p>

<p>¿Cómo te sientes en Juventud al Aire?</p>	<p>La mayoría de los integrantes opinaron que cada domingo sienten que están en un grupo de personas con el cual se pueden identificar, molestar, pasarla bien y aprender; así mismo mencionan que se maneja un ambiente agradable en la cabina y que se sienten en la libertad de participar.</p>
<p>¿Cómo calificarías la comunicación interna del programa?</p>	<p>La mayoría calificó de buena la comunicación entre los miembros del equipo ya que consideran que pueden expresarse y hablar entre ellos.</p> <p>Por otra parte, hicieron mención de las dificultades en la producción del programa haciendo referencia a la impuntualidad de la entrega de los segmentos a través del “grupo secreto” de Facebook, la impuntualidad el domingo y que algunos compañeros confirmaran asistencia y el día del programa no llegaran.</p>

1.5. Radiografía de la Institución (FODA)

1.5.1. Fortalezas

- ✓ Tienen el respaldo de Asociación COMUNICARES.
- ✓ La productora y el equipo de JAA están en constante comunicación con la Directora de COMUNICARES.
- ✓ El programa es planificado trimestralmente por la Directora de COMUNICARES y el equipo de JAA.
- ✓ El grupo secreto en Facebook permite que los miembros del equipo se comuniquen y organicen.
- ✓ La mayoría de jóvenes tiene más de un año de ser parte del equipo de JAA.
- ✓ Todo el equipo de JAA participa al momento de elegir los temas que se tocarán y cómo se tocarán.
- ✓ Trabajan en quipo para la preparación y producción del programa.
- ✓ Los jóvenes procuran realizar una retroalimentación luego de cada programa para conocer los aspectos que deben mejorar.
- ✓ Los jóvenes reciben capacitaciones constantes para reforzar sus conocimientos y alimentar la calidad del programa.

1.5.2. Oportunidades

- Juventud al Aire tiene su propio logo y cortinas que permiten darle autenticidad e imagen al programa.
- En el equipo hay jóvenes comprometidos y dispuestos a mejorar el programa.
- COMUNICARES cuenta con su propio equipo de grabación de audio y vídeo que permitiría realizar material promocional del programa.

- Cuentan con un miembro que actualmente está cursando su carrera de producción audiovisual y artes cinematográficas, lo cual permitiría explotar la creatividad al momento de hacer material promocional del programa.

1.5.3. Debilidades

- × No existe una sistematización del proyecto.
- × Con anterioridad se intentó realizar un folleto que explicara todo lo relacionado a Juventud al Aire pero no se le dio seguimiento.
- × Actualmente no cuentan con material institucional que les permita a los nuevos integrantes conocer todo lo relacionado a Juventud al Aire.
- × No se realiza un proceso de inducción profundo a los aspirantes a ser miembros del equipo de JAA.
- × La irregularidad con la que asisten los miembros del equipo dificulta llegar a acuerdos “*face to face*”.
- × Miembros confirman asistencia y el día del programa no asisten.
- × No todos los miembros sienten el mismo nivel de compromiso.
- × Aunque cuentan con una planificación trimestral los integrantes no conocen con anticipación los temas que tratarán.

1.5.4. Amenazas

- * Cambios en el organigrama interno de la radio podrían afectar el espacio de JAA.
- * Que un miembro del equipo actual de JAA abandone el programa.
- * Recurso económico disponible para el programa de JAA.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

La directora de COMUNICARES comenta que Juventud al Aire surge en el 2005 cuando con un grupo de colegas se dieron cuenta que no había mercado en la ciudad capital que no tuviera radio interna. Es entonces cuando nace la iniciativa de involucrar a los jóvenes que crecen en los mercados quienes pasan la gran mayoría del tiempo en ese lugar.

La Licenciada Oneida Rodas, quien ya tenía experiencia trabajando con niños, niñas y adolescentes comunicadores, escribe una iniciativa que le permitió enganchar a la Cooperación de Noruega (institución ya fuera de Guatemala) y la Cooperación de la Municipalidad de Guatemala; para unir esfuerzos con COMUNICARES, y convocar jóvenes que tuvieran inquietud de hacer radio en los mercados.

Es entonces cuando surge “la primera promoción” de jóvenes que pertenecieron a Juventud al Aire. Eran hijos de señores y señoras que tienen sus ventas en los mercados a quienes se les capacitó para hacer programas de radio, se les empoderó respecto a temas de derechos y obligaciones en la sociedad, así como en liderazgo juvenil.

No todos los mercados tuvieron la misma apertura para aceptar este proyecto. Los jóvenes provenían de aproximadamente 12 mercados y en muchos, les cerraron las puertas.

La directora comenta que fue un proceso frustrante ver cómo se había invertido tanto tiempo, dinero y sueños en que este grupo se consolidara. Para ese entonces, COMUNICARES y la Cooperación Noruega ya habían hecho dos Encuentros Nacionales de jóvenes, niños y adolescentes comunicadores con el fin de crear un espacio para que ellos puedan intercambiar experiencias con otros

proyectos similares. Para el tercer Encuentro Nacional, COMUNICARES era completamente responsable de llevarlo a cabo.

A finales del 2004 convocaron prensa y directores de radios guatemaltecas para que conocieran el trabajo que los jóvenes hacían. Entre los presentes, estaba el entonces director de la estación de radio del Gobierno de Guatemala TGW⁶, quien se interesó por el proyecto y les ofreció media hora semanal gratuita en dicha cadena radial. El programa fue tan bien aceptado que la radio decidió ampliar de media a una hora semanal.

Fue hasta el actual gobierno, que dicha cadena radial sacó muchos programas que no eran de TGW sino de productores externos o terceros como en el caso de JAA. Posteriormente, encontraron la puerta abierta en el grupo radial Sónica 106.9 antes conocido como Radio Uy, uy, uy; quien tiene como promotor el Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica (IGER)⁷, quien les permite domingo a domingo transmitir el programa.

2.1.1. ¿Cómo funciona Juventud al Aire?

JAA se maneja bajo una planificación trimestral en la que los jóvenes, conjuntamente con la directora de COMUNICARES y la productora del programa definen los temas. Luego, la directora hace una pre-producción sobre cómo se va a tratar el contenido; posteriormente llega a manos de la productora quien hace la escaleta. Una vez revisada la escaleta por la Licenciada Oneida, se sube al “grupo secreto” de Facebook en el cual están los integrantes del proyecto de JAA.

Es a través de este grupo en el que no solo se comparte la escaleta, sino también información que sirva para enriquecer el contenido del programa: vídeos, artículos, páginas web y más. El contenido del programa siempre es consensuado por todos

⁶ Las siglas TG pertenecen al código internacional de radiocomunicación que identifica a Guatemala mundialmente. TG= transmisión guatemalteca, la W es debido a la ubicación en el cuadrante (TGW, 2014).

⁷ El IGER tiene como misión ser una institución autorizada por el Ministerio de Educación que contribuye al desarrollo social y humano de las comunidades de Guatemala, mediante programas radiales de educación a distancia accesibles a jóvenes y adultos de escasos recursos ((IGER), SF).

los integrantes del equipo, ya que COMUNICARES busca la participación activa de los jóvenes en todo el proceso.

Los jóvenes que integran el equipo de JAA reciben capacitaciones técnicas en donde se les dan insumos para que ellos como comunicadores tengan herramientas que les sean de utilidad, desde cómo utilizar un micrófono hasta cómo hacer una cápsula informativa.

La Directora comenta que ya habiendo pulido la parte técnica, pasan a la siguiente etapa en la cual les facilitan talleres relacionados con la educación sexual, derechos sexuales y reproductivos, sobre asuntos de derechos de niñez y adolescencia, entre otros. También explica que ya han pasado tres elecciones de gobierno en las cuales les han dado capacitaciones de todo lo que tiene relación con el voto y los jóvenes, la política, la incidencia del joven, y más.

Algo que debe ser resaltado es que Juventud al Aire es el equipo motor del Encuentro Nacional. Se les capacita para que ellos difundan conocimiento a los asistentes del Encuentro y den talleres sobre cómo hacer una revista o un periódico juvenil y cómo hacer un programa de radio, por citar un ejemplo.

Al igual que la filosofía de COMUNICARES, JAA procura manejar la metodología “A, B, C, D, E”(COMUNICARES, Redacta, lee y piensa multimedia, 2015); con el fin de que los segmentos radiales reúnan las siguientes características para alcanzar la excelencia:

- ✓ **Auténtico (A):** el contenido debe ser original y personal para imponer un sello.
- ✓ **Breve (B):** con el fin de captar la atención del público. A pesar de esto, el contenido debe ser sólido y fundamentado.
- ✓ **Creativo (C):** siempre estar a la vanguardia y explorar posibilidades para que sea dinámico, atractivo y por consiguiente, entretenido.
- ✓ **Divertido (D):** disfrutar el trabajo mientras se crea, se produce y se hace.

- ✓ **En equipo (E):** con el fin de lograr reunir diversas ideas que permitan un buen producto.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo general

Sistematizar el proyecto radial Juventud al Aire para fortalecer la interacción y comunicación interna del programa.

2.2.2. Objetivos específicos

1. Realizar dos talleres de fortalecimiento interno por medio de los cuales se refuerce la identidad del programa en el equipo de Juventud al Aire.
2. Crear un manual institucional en el que se detalle todo lo relacionado al programa para que sirva de guía a los actuales y futuros miembros de JAA.
3. Renovar el sistema utilizado para la producción de guiones radiales con el fin de agilizar el proceso de producción del programa.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

2.3.1. Público interno

El plan de comunicación tiene como público objetivo a los miembros más activos del equipo de Juventud al Aire. Son jóvenes de ambos géneros comprendidos entre las edades de 15 a 25 años sin un estrato social definido ya que este proyecto está abierto a cualquier joven que tenga inquietud de hacer radio.

2.4. EL MENSAJE

El siguiente mensaje responde a la necesidad de reforzar la identidad Juventud al Aire, bajo la idea de que los miembros del equipo comprendan que son una red de jóvenes que representan un proyecto que busca brindar un espacio de expresión a la juventud guatemalteca a través de uno de los medios de comunicación más influyentes: la radio.



¡UN EQUIPO, UNA VOZ!

Para que el plan de comunicación pueda cumplir su misión de fortalecer la comunicación interna; “Un Equipo, Una Voz” hace alusión al valor de trabajar en conjunto para obtener resultados más efectivos. Así mismo, se guía en la letra “E” de la metodología “A, B, C, D, E” previamente mencionada.

2.5. ESTRATEGIA

La estrategia se basa en la convicción de que mientras más informados estén los miembros del equipo sobre el proyecto, será más efectiva la comunicación interna y por consiguiente, el producto del programa.

Como se ha mencionado con anterioridad, la comunicación interna y su constante mejora, es un proceso de gran importancia para el desarrollo del proyecto; ya que permite a los integrantes conocer el programa, las perspectivas del futuro y el resultado de lo que hacen. Así mismo, permite el diálogo entre los encargados y el equipo.

A través de la estrategia se realizarán las siguientes acciones de comunicación que permitirán responder a diferentes necesidades de comunicación:

1. Talleres de fortalecimiento
2. Manual organizacional
3. Renovación de la producción de guiones radiales

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

2.6.1. Talleres de fortalecimiento

A través de esta acción de comunicación se buscó fortalecer la comunicación interna de este proyecto por medio de talleres de fortalecimiento que no solo permitieran la convivencia entre los integrantes de JAA, sino también seguir la línea ya establecida de fortalecer la técnica radiofónica.

Así mismo, a través de los talleres se buscó reforzar la identidad del proyecto por medio de diferentes actividades; como la discusión de actitudes necesarias para la mejora de los canales de comunicación, con el fin de seguir recopilando información útil que pudiera servir como base para detectar las necesidades comunicacionales que pudieran fortalecerse a través de la creación de material interno de consulta.

Estos espacios, también permitieron reforzar los compromisos asumidos por los miembros de Juventud al Aire al momento de ser acogidos en este proyecto. La finalidad de este ejercicio, es crear un espacio de reflexión a través de la participación activa de los miembros de JAA, con el fin de apelar y reforzar su capacidad de encontrar soluciones en equipo.

2.6.2. Manual organizacional

Con el fin de mejorar la comunicación interna a través del fortalecimiento de la identidad de este proyecto, este manual pretende ser una herramienta de guía para los actuales y futuros miembros de Juventud al Aire. Este manual está visualizado de la siguiente manera:

- Portada
- Créditos
- Hoja con una frase de la Directora de COMUNICARES⁸
- Introducción a cargo de la Directora de COMUNICARES

⁸ Frase recopilada de la entrevista realizada el 24 de febrero de 2015 cuando se le preguntó acerca de lo que le gustaría que las personas supieran de Juventud al Aire.

- Capítulo I: Asociación COMUNICARES
 - Quiénes son (aspectos generales y mención sobre su relación con JAA)
 - Misión
 - Visión
- Capítulo II: Conociendo Juventud al Aire
 - Juventud al Aire es...(recopilación de frases de actuales miembros de JAA)
 - Antecedentes de Juventud al Aire
 - ¿Cómo funciona JAA?
 - ¿Qué es el Encuentro Nacional de Comunicadores?
 - Metodología A, B, C, D, E
 - Segmentos: la esencia de Juventud al Aire
 - Tips realizar los segmentos
- Bibliografía
- Contraportada (redes sociales de JAA y correo de COMUNICARES)

2.6.3. Renovación de guiones radiales

Durante la fase de diagnóstica de este proyecto se observó la necesidad de renovar los guiones radiales utilizados en el programa de Juventud al Aire con el fin de que los jóvenes cuenten con una guía más clara y específica sobre el tema a tratar y los encargados de cada segmento.

La implementación de una guía diseñada específicamente para los conductores, permitió establecer un orden más marcado durante la transmisión en vivo del programa; así mismo la ampliación del guión de los segmentos permitió que los jóvenes pudieran comprender mejor el tema con el fin de que realizaran una investigación más profunda.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

“ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL PROGRAMA RADIAL JUVENTUD AL AIRE”

3.1.1. Financiamiento

Este proyecto fue llevado a cabo gracias al apoyo económico de Asociación COMUNICARES, quien designó un presupuesto para realizar las actividades contempladas en este Plan de Comunicación.

Actividad No. 1: Talleres con adolescentes y jóvenes comunicadores.						
Cantidad	Actividad	Detalles de la actividad	Rubro	Detalles del rubro	Costo del rubro	Costo total
2	Talleres de fortalecimiento	Se facilitarán 2 talleres a jóvenes comunicadores y para ello se contará con al menos un profesional por taller, quien dictará contenidos específicos.	Alimentación	40 desayunos	Q.800.00	Q.3,000.00
				40 almuerzos	Q.1,400.00	
				40 refrigerios (PM)	Q.800.00	
		Se espera contar en cada taller con 20 participantes de Juventud al Aire, a quienes se les brindará movilización, alimentación y materiales.	Transporte	40 viáticos de transporte	Q.15.00	Q.600.00
		Con fines del desglose de este presupuesto se establecen 40 participantes (20 por taller)	Material didáctico	40 paquetes de materiales (lapiceros, libretas, hojas impresas, cds, y otros)	Q.5.00	Q.200.00
Consultor/Facilitador	2 especialistas que facilitan contenidos. Uno en cada taller.	Q.1,000.00	Q.2,000.00			
Total Actividad No. 1			Cinco mil ochocientos quetzales con 00/100.00		Q.5,800.00	

3.1.2. Presupuesto

Actividad No. 2: Producción de material organizacional					
Cantidad	Partida Presupuestaria	Desglose de la actividad	Detalles del Rubro	Costo individual	Costo total
-	Sistematización del manual organizacional.	Elaboración de un manual institucional que reúna todo lo relacionado a Juventud al Aire.	---	-	Q4,500.00
-	Edición de material organizacional	Diseño y elaboración de un manual institucional.	A partir de la sistematización del manual, la diseñadora se encargó de la parte visual del documento.	-	Q.4,500.00
50	Impresión de material organizacional	Diseño y elaboración de un manual institucional que reúna todo lo relacionado a Juventud al Aire.	Reproducción de 50 copias del manual organizacional para ser entregado a COMUNICARES.	Q.100.00	Q.5,000.00
Total Actividad No. 2			Catorce mil quetzales con	00/100.00	Q.14,000.00
PRESUPUESTO TOTAL: Q.19, 800.00 Diecinueve mil ochocientos quetzales exactos.					

3.1.3. Beneficiarios

Las estrategias y acciones de comunicación planteadas en este proyecto beneficiaron al equipo de COMUNICARES y a los jóvenes del proyecto radial Juventud al Aire.

Las capacitaciones permitieron al equipo de JAA conocer más a fondo este proyecto, así como adquirir conocimientos en otras materias relacionadas a su labor de investigación radial.

La sistematización del manual organizacional permitió que tanto el equipo base de COMUNICARES como los miembros de JAA conocieran todo lo relacionado a Juventud al Aire (antecedentes, procesos y producción).

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
Oneida Rodas	Directora de Asociación COMUNICARES	Orientación, apoyo y supervisión en las diversas acciones tomadas durante la estrategia.
Ruth Amézquita	Coordinadora de proyectos de Asociación COMUNICARES y Jefa Inmediata de EPS	Supervisión del trabajo realizado y apoyo en la elaboración del manual organizacional.
Erick Ramírez	Administrador Contable de Asociación COMUNICARES	Apoyo en el desembolso y liquidaciones del presupuesto para este Plan de Comunicación.
Celso Solano	Capacitador	Orientación en la segunda capacitación de JAA en la que se habló sobre el acontecer político del país; aportando a la visión crítica de los jóvenes en el abordaje de temas políticos en el programa.
Nancy Carrera	Productora del programa radial Juventud al Aire	Coordinación del equipo de JAA, apoyo en la producción de guiones y escaletas de los programas.

3.1.5. Área Geográfica de Acción

El Plan de Comunicación fue ejecutado en los siguientes lugares:

- **Asociación COMUNICARES** – 17 calle 31-47 Villa Linda II zona 7.
- **Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica (IGER)** - 11 avenida 18-45 zona 2, ciudad nueva.
- **Centro Mariápolis** - 12 calle 1-95, Colonia El Rosario, Zona 3 Mixco.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

3.2.1. Estrategia Desarrollada:

“Sistematización Del Programa Radial Juventud Al Aire”

Con el fin de optimizar tanto el recurso humano como el material, se determinó necesario establecer una sistematización del proyecto radial Juventud al Aire.

En COMUNICARES, muchos de los procesos son conocidos por el personal gracias a la interacción e involucramiento constante en los diversos proyectos de esta organización y algunos manuales de procedimientos internos.

En el caso de Juventud al Aire se necesitaba que esos procesos fuesen enumerados y establecidos de forma escrita para que personas nuevas o externas, pudieran comprender mejor cómo se planifica y ejecuta este proyecto radial.

Luego de haber detectado las necesidades comunicacionales de este proyecto, la estrategia se enfocó en realizar 3 acciones complementarias que permitieran marcar un rumbo específico a través del cual se facilitarían los procesos internos para que los productos externos logren su objetivo principal: ser de beneficio para la juventud guatemalteca.

Las acciones realizadas fueron las siguientes:

- Pre-producción del programa radial
- Sistematización del manual operativo y técnico de JAA
- Realizar capacitación de fortalecimiento

Así mismo, como parte de la estrategia se elaboró un logo y un slogan que reuniera las características que debían ser resaltadas y aprovechadas del programa radial Juventud al Aire⁹.

3.2.2. Acciones Desarrolladas:

Acción 01: Pre-producción del programa radial

Dentro de esta acción se acordó conjuntamente con la Directora de COMUNICARES y la productora del programa, modificar el sistema de procesos del programa radial Juventud al Aire.

Esto quiere decir que se modificó la producción previa y durante el programa, así como la evaluación al finalizar el mismo.

A partir de esta estrategia dejó de utilizarse únicamente un guión para conductores del programa y miembros del equipo; se implementó desde el mes de mayo “la escaleta” que es utilizada únicamente por conductores, y un “guión de los segmentos” en el cual se detalla la responsabilidad de cada colaborador en cuanto al contenido del programa.

Así mismo, esta estrategia definió nuevos temas para la calendarización trimestral de Juventud al Aire; la cual conlleva un proceso de investigación documental sobre los temas a tratar.

⁹ Puede verse en el apartado 2.4 El mensaje.

En las acciones realizadas de esta estrategia se puede encontrar un ejemplo de escaleta y guión utilizados en el programa realizado el 05 de julio 2015. Para ver la repetición de este programa ingresar a:

<https://www.youtube.com/watch?v=0JJfYXp0Kgc>

A continuación se enumeran los pasos elaborados para que esta acción se llevara a cabo con éxito:

➤ **Pre- producción:**

A partir de la planificación trimestral de temas, se hizo una investigación documental de cada tema a tratar durante los meses de mayo a julio. Así mismo, se implementó una escaleta para el uso exclusivo de los conductores de la semana y un guión de segmentos en el cual se detalla cómo debe abordarse cada segmento y dónde pueden indagar para encontrar la información necesaria.

Esta acción fue coordinada conjuntamente con la Directora de COMUNICARES y la productora de JAA.

Durante esta fase de la estrategia, también se hizo una revisión minuciosa de todos los segmentos que los jóvenes de JAA subían al grupo secreto de Facebook, para evaluar la funcionalidad de la escaleta y el guión.

➤ **Durante la producción:**

Se hizo un acompañamiento *face to face*¹⁰ todos los domingos de mayo a julio en el IGER, lugar donde está ubicada la radio con el fin de poner en práctica la implementación de la escaleta y el guión.

➤ **Post – producción:**

La retroalimentación que se realiza luego del programa sirvió para conocer la percepción de los miembros de Juventud al Aire con respecto a los cambios que se

¹⁰Se hizo un acompañamiento personal todos los domingos para confirmar la puesta en práctica de la nueva modalidad, conocer la reacción y aceptación del grupo de JAA, así como establecer si se necesitaban mejoras del material.

realizaron a nivel interno.

A continuación se presenta un ejemplo de cómo manejaban anteriormente el guión; así mismo se presentan ejemplos de escaleta y guión elaborados a partir de la implementación de esta estrategia de comunicación.

1.

PROGRAMA	JUVENTUD AL AIRE		
FECHA	DOMINGO 14 de septiembre de 2014		
TEMA	Soy made in Guatemala		
FRECUENCIA:	Radio Uyyuy, 106.9 F.M.; Radio Internacional 820 A.M.; www.radiouyyuy.com		
OPERADOR:	Pepe Ojeda		
CONTACTOS:	Facebook: Juventud al Aire; Twitter: @juventud_alaire;		
TELÉFONOS	2412-6612		
Conductores: Michael, Gloria y Juan Carlos			
No	Tiempo y Observaciones	Segmento	Encargado
1		PRESENTACIÓN PROGRAMA	CONTROL
2	9:00 AM 5 MINUTOS	Saludo y Titulares	Conductores
3	PRIMER BLOQUE 9:05 AM 15 MIN.	Cultígate (Iniciaremos con una reseña de la celebración del día de independencia, de cómo se ha celebrado y cuáles han sido sus cambios con forme han pasado los años.)	Sebastián
4		Entérate (Resaltar el derecho a la cultura, que se ha perdido poco a poco, al respeto, que en estas fechas nos olvidamos de cederle el asiento a una persona, permitir que los peatones pase, etc., y a la seguridad, ya que para estas fechas incrementa la violencia a causa de las mismas festividades.)	Gaby
5	SEGUNDO BLOQUE 9:20 AM 20 MIN.	Más allá de tu banqueta (Es muy importante recordarle a las personas los valores y su importancia de que todos practiquemos los valores, aún más en actividades masivas como las que se presentarán en estos días.)	Nancy
6		En la camioneta (Siempre es interesante escuchar los puntos de vista de los adultos y los de los jóvenes en un tema en particular, por eso en este segmento es necesario que hagan ver cómo los adultos viven y celebran esta festividad y cómo lo hacen los jóvenes, recuerden mantener la temática del segmento que es una charla en la camioneta.)	Juan Carlos
7	TERCER BLOQUE 9:40 AM 18 MIN.	Cápsula Informativa (Nuevamente la utilizaremos como cartelera, anuncien actividades relacionadas con la independencia que se realizarán el domingo y el lunes.)	Michael
8		Motivando (Para finalizar, es importante que los jóvenes se motiven a participar y a sentirse identificados con estas actividades y festividades ya que son parte de nuestras tradiciones.)	Gloria
9		En Resumen y Agradecimientos	Conductores
10	2 MIN.	Saludos	Conductores y los demás
11	FONDO	Despedida del programa	Conductores y los demás
12		SALIDA INSTITUCIONAL	CONTROL

1. Guión utilizado antes de implementar la estrategia de comunicación

2.

PROGRAMA	JUVENTUD AL AIRE	
FECHA	DOMINGO 24 DE MAYO 2015	
TEMA	Jóvenes + Desempleo= ¿Te sueña?	
FRECUENCIA	Radio Uyuyuy, 106.9 F.M.; Radio Internacional 820 A.M.; www.radiouyuyuy.com	
OPERADOR	Pepe Ojeda	
CONTACTOS	Facebook: Juventud al Aire; Twitter: @juventud_alaire; Youtube: Asociación COMUNICARES	
TELÉFONO	2412-6612	
CONDUCTORES		
TIEMPO	SEGMENTO	ENCARGADO
	Presentación del programa	Control
9:00 AM 5 MINUTOS	Dan la bienvenida al programa, introducen el tema, dan los titulares contándoles sobre los segmentos que tratarán durante el programa y presentan el primer segmento.	Conductores
PRIMER BLOQUE 9:05 AM 15 MIN.	Al estilo de los chavos (Radio teatro)	
	Comentarios sobre la Cápsula Informativa, pueden recordar redes sociales y teléfono de cabina. Presentan el siguiente segmento.	Conductores
	Cápsula informativa	
	Comentan el Sondeo y se van a un corte.	Conductores
SEGUNDO BLOQUE 9:20 AM 20 MIN.	Recuerdan el tema del día, hacen comentarios del mismo y presentan el siguiente segmento.	Conductores
	El preguntón (entrevista)	
	Comentarios sobre el Al Estilo de los Chavos y presentan el siguiente segmento.	Conductores
	Motipositivando	
	Comentarios sobre el Motipositivando y se van a un corte.	Conductores
TERCER BLOQUE 9:40 AM 18 MIN.	Recuerdan el nombre del programa, hacen comentarios generales del tema y presentan el segmento de los Tips.	Conductores
	Tips	
	Comentarios sobre el segmento anterior y presentan el último segmento	Conductores
	En Resumen	
2 MIN.	Saludos y Agradecimientos	Conductores y los demás
FONDO	Despedida del programa	Conductores y los demás
SALIDA INSTITUCIONAL		

2. Escaleta utilizada en el programa del domingo 24 de mayo 2015; transmisión que se puede ver en <https://goo.gl/U1STaH>

PROGRAMA	JUVENTUD AL AIRE	
FECHA	DOMINGO 24 DE MAYO 2015	
TEMA	Jóvenes + Desempleo= ¿Te suena?	
FRECUENCIA	Radio Uyuyuy, 106.9 F.M.; Radio Internacional 820 A.M.; www.radiouyuyuy.com	
OPERADOR	Pepe Ojeda	
CONTACTOS	Facebook: Juventud al Aire; Twitter: @juventud_alaire; Youtube: Asociación COMUNICARES	
TELÉFONO	2412-6612	
GUIÓN PARA SEGMENTOS		
TIEMPO	SEGMENTO	ENCARGADO
	Presentación del programa	Control
9:00 AM 5 MINUTOS	CONDUCTORES	
PRIMER BLOQUE 9:05 AM 15 MIN.	<p>Al estilo de los chavos (Radio teatro):</p> <p>Se tratará de recrear el momento en el que una persona está siendo entrevistada para optar por una plaza en una empresa. Como nuestro tema es el desempleo, la entrevista estará enfocada en el rechazo por parte del entrevistador hacia el joven que está aplicando "por no llenar los requisitos" y por "no ser apto para el puesto.</p> <p>Aquí se tiene que dar a conocer todo lo que se vive en ese momento; es por ello que se necesitan tres voces porque estará el entrevistador, el entrevistado y la conciencia</p>	Nancy
PRIMER BLOQUE	<p>Cápsula informativa:</p> <p>En este segmento hablaremos de datos, necesitamos conocer la realidad en la que estamos viviendo y por eso necesitamos que den a conocer la tasa de desempleo en los jóvenes, porcentaje de jóvenes que trabajan en el área informal, etc. Investiguen, no se queden con lo que se les coloca en el segmento, es sumamente importante que se dediquen a buscar más que lo que se les pide, den más información sobre la realidad en la que estamos viviendo.</p> <p>Este segmento también debe tener un respaldo legal. Es por ello que se debe investigar qué dice el código penal...esto servirá para orientar a los jóvenes sobre qué tipos de trabajo les convienen. Por ejemplo, ¿cuál es el salario mínimo? ¿Cuántas horas de trabajo son legales y cuándo entra a explotación laboral?</p> <p>http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/guatemala-desempleo-entre-jovenes-se-focaliza-en-las-areas-rurales</p> <p>http://cerigua.org/article/el-desempleo-juvenil-alcanza-las-mas-altas-tasas-j/</p> <p>http://revistafiscal.net/index.php?option=com_content&view=article&id=608:una-busqueda-de-soluciones-al-desempleo-juvenil&catid=32:capital&Itemid=485</p>	Edgar y Norma

	http://www.analistasindependientes.org/2014/02/estudiar-ya-no-basta.html http://www.soy502.com/articulo/guatemala-tiene-una-de-las-tasa-de-informalidad-mas-elevadas https://www.youtube.com/watch?v=Q1t8yFhamM0 https://www.youtube.com/watch?v=5YR_KdpaRvU	
PRIMERA PAUSA		
SEGUNDO BLOQUE 9:20 AM 20 MIN.	<p>El preguntón (Entrevista):</p> <p>Este segmento será un espacio en el cual se consultará a un psicólogo industrial el perfil profesional que se está buscando de los jóvenes en las empresas. Las siguientes preguntas pueden servir como base:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ¿Cómo debe presentarse una persona que aplica a un trabajo? ➤ ¿Qué recomendaciones puede dar para la presentación de la papelería (CV, cartas de recomendación...)? ➤ ¿Qué tipo de preguntas realizan en una entrevista de trabajo? ➤ ¿Cuáles son los aspectos clave que buscan las empresas en un trabajador? ➤ ¿Qué tan importante es la experiencia para aplicar a un trabajo? <p>OJO: Este segmento debe tener un saludo, entrada, comentar las respuestas de la persona entrevistada, conclusión y cierre. Para que este segmento sea exitoso se necesita prestar mucha atención a lo que habla el invitado.</p> <p>Recuerden recabar información sobre la persona que se entrevistará para que la entrevista tenga peso y respaldo.</p>	Cristina y Alejandro
SEGUNDO BLOQUE	<p>Motivando:</p> <p>Durante el programa estaremos hablando de los retos que tenemos los jóvenes para encontrar empleo en Guatemala, es por ello que necesitamos que este segmento esté cargado de mucha energía positiva dirigida a todos los patojos que andan en búsqueda de empleo y aún no lo consiguen.</p> <p>Recordarles que el esfuerzo y perseverancia hacen la diferencia; que son personas con talentos, habilidades e inteligencia; que son personas capaces de aportar algo diferente y productivo al país.</p>	Sebastián y Misael
SEGUNDA PAUSA		

TERCER BLOQUE 9:40 AM 18 MIN.	Los Tips Este segmento se puede reforzar lo que ya se habló en la entrevista. Los tips están dirigidos a mejorar nuestras posibilidades de encontrar empleo, desde tips para controlar los nervios hasta como preparar nuestros documentos (CV, cartas de recomendación...) Links: http://www.trabajo.com.mx/exito_en_su_entrevista_de_trabajo.htm http://www.revistaprotocolo.es/protocolo-social/comunicacion/1364-como-presentarse-a-una-entrevista-de-trabajo.html http://ofertaslaborales.poligran.edu.co/detallecontenido/c/candidato/idnoticia/8817/claves-para-presentar-una-entrevista-de-trabajo-con-exito.html http://www.deguate.com/artman/publish/empleos_articulos/recien-graduados-tips-para-conseguir-empleo.shtml#.VVuE5dKG_bA http://www.finisterrae.cl/empleabilidad/tips-para-encontrar-trabajo.html	Carol y Daniel
	En Resumen	Fernando
DESPEDIDA DEL PROGRAMA		conductores y colaboradores
SALIDA INSTITUCIONAL		

3. Guión utilizado en el programa del domingo 24 de mayo 2015; transmisión que se puede ver en <https://goo.gl/U1STaH>

Acción 02: Sistematización del manual operativo y técnico de JAA

Un aspecto muy importante planteado en esta estrategia comunicacional fue la necesidad de contar con material institucional que contuviera información sobre todo lo relacionado a Juventud al Aire: antecedentes, cómo funciona, quiénes pertenecen a este proyecto, cómo producen radio, entre otros.

Es por ello que la segunda acción implementada fue la sistematización de un manual institucional para fortalecer la comunicación interna del equipo de jóvenes de JAA.

Esta acción también benefició al equipo base de Asociación COMUNICARES ya que les permite conocer los procesos internos de su proyecto juvenil.

Así mismo, este manual podrá ser utilizado a mediano y largo plazo por esta institución ya que permite que la integración de futuros miembros de Juventud al Aire sea más rápida y profunda.

Uno de los puntos clave de este proyecto de comunicacional, fue la elaboración de un manual institucional en el que se contemplaran todos los aspectos relacionados a Juventud al Aire y ponerlos a disposición del equipo de este proyecto, así como al equipo base de COMUNICARES.

Los pasos realizados en la segunda acción fueron las siguientes:

- Previamente se observaron todos los procesos comunicacionales de la producción radial de este proyecto.
- A partir de la observación se realizó una base de datos para comprender de mejor manera la sistematización interna de JAA.
- Se hizo una investigación y recopilación de cómo otros programas a nivel mundial producen sus contenidos.

- A partir de la documentación, se estableció un objetivo general y se distribuyó el contenido a través de capítulos a los cuales se les asignó un objetivo específico.
- Luego del visto bueno por parte de la Directora de COMUNICARES, se comenzó a trabajar en la visualización del manual conjuntamente con la parte escrita para facilitar el trabajo de la coordinadora de proyectos de esta institución quien se encarga de la realización de manuales y diseños de esta Asociación.
- Finalmente se entregó el manual a COMUNICARES y JAA en una presentación del proyecto para dar a conocer todas las acciones que se realizaron durante este proyecto.

MANUAL DE JUVENTUD AL AIRE

Objetivo general:

Tener una herramienta pedagógica que permita a todos los integrantes del proyecto Juventud al Aire contar con una información unificada para la creación de contenidos radiofónicos de alta calidad.

Tema	Objetivo	Subtemas
Capítulo I Conociendo COMUNICARES	Que los jóvenes conozcan a COMUNICARES y se empoderen filosóficamente con la entidad, sus principios y sus objetivos institucionales.	¿Qué es COMUNICARES? Misión Visión Un poco de historia sobre Comunicares y su enfoque sobre Juventud al Aire
Capítulo II Nosotros somos Juventud al Aire	Que los jóvenes comunicadores, conociendo la historia del proyecto Juventud al Aire, se empoderen del mismo con la idea de potenciarlo a futuro.	Para mí JAA es...(recopilación de conceptos de miembros actuales y antiguos) ¿Qué es JAA? ¿Quiénes forman parte de JAA? ¿Cómo surge JAA? Encuentro Nacional de Comunicadores
Capítulo III Una voz, un equipo: así producimos radio	Fortalecer a los jóvenes comunicadores en las áreas de técnicas radiofónicas y de generación de contenidos de la radio revista con el fin de elevar la calidad de los programas radiales.	Metodología ABCDE Segmentos de JAA Géneros Radiofónicos utilizados en JAA ¿Qué es una Escaleta? ¿Qué es un Guión? ¿Cómo se genera el contenido de JAA? - A través de una especie de infografía se explicaría: cómo se eligen los temas, la revisión del guion...
Capítulo IV Juventud en las redes	Brindar reglas sobre el uso y el contenido apropiado de las redes sociales de Juventud al Aire con el fin de que los comunicadores se involucren y utilicen las mismas como plataformas de promoción del proyecto.	Dar una breve descripción de la función de la red social y cómo se utiliza en JAA (qué tipo de contenido se publica...)
Capítulo V Cambiamos el chip: ahora pensamos multimedia	Brindar parámetros para que los jóvenes comunicadores redacten, lean y piensen multimedia y lo apliquen en la producción del programa radial.	Folleto "Redacta, lee y piensa multimedia" la sección de "Piensa multimedia". También se darán parámetros de cómo manejar el diseño de las imágenes de portada y cómo hacer el contenido virtual más atractivo.
Capítulo VI Tips para ti, para mí y para nosotros	Los jóvenes comunicadores adquieren destrezas comunicacionales que elevan la calidad del programa a través de una presencia que profesionaliza a sus integrantes.	Tips para la lectura radiofónica y actitud ante la cámara.

5.



5. Propuesta de portada y contraportada del manual organizacional de JAA.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I - CONOCIENDO COMUNICARES	6
Asociación COMUNICARES	7
CAPÍTULO II – NOSOTROS SOMOS: JUVENTUD AL AIRE	8
Nuestra Historia	9
Para mí Juventud al Aire es...	10
Entonces... ¿Qué es Juventud al Aire?	11
¿Quiénes formamos parte del equipo de JAA?	12
¿Cómo apoyamos a COMUNICARES?	13
CAPÍTULO III – UN EQUIPO, UNA VOZ: ASÍ PRODUCIMOS RADIO	14
¿Qué es el ABCDE?	15
Empapándonos de conocimiento	16
Nuestros géneros radiofónicos	17
Nuestros segmentos	19
Ejemplo de escaleta	20
Ejemplo de guión	21
¡Programa en construcción!	25
CAPÍTULO IV – JUVENTUD EN LAS REDES	26
Cambiamos el Chip: ahora pensamos multimedia	27
Facebook	28
Juventud al Aire y Facebook	30
De la teoría a la práctica: Consejos para optimizar nuestra página	31
¿Cómo crear nuestra imagen de portada?	34
Youtube	37
CAPÍTULO V – CONSEJOS PARA LA LECTURA RADIOFÓNICA	38
Tips para ti, para mí y para nosotros	39
BIBLIOGRAFÍA Y EGRAFÍA	41

6. Índice del manual organizacional de JAA. Si desea ver el manual completo escriba a: proyectos@comunicares.com

7.



CAPÍTULO I
CONOCIENDO COMUNICARES

7. Portada capítulo I, manual organizacional

8.



CAPÍTULO II
Nosotros Somos: Juventud Al Aire

8. Portada capítulo II, manual organizacional

9.



CAPÍTULO III
Una Voz, Un equipo: así producimos
radio

9. Portada capítulo III, manual organizacional

10.



CAPÍTULO IV
Juventud en las Redes

10. Portada capítulo IV, manual organizacional

11.



CAPÍTULO V

Consejos para la lectura radiofónica

11. Portada capítulo V, manual organizacional

12.

BIBLIOGRAFÍA Y
EGRAFÍA

12. Portada de referencias, manual organizacional



13.

13. Presentación EPS a COMUNICARES y entrega de manual institucional



14.

14. Presentación del trabajo realizado durante el EPS



15.

15. Presentación de estrategias y acciones del EPS



16.

16. Presentación de estrategias y acciones del EPS



17.

17. Directora de COMUNICARES hablando sobre el manual organizacional entregado



18.

18. Entrega del manual organizacional al equipo de COMUNICARES



19.

19. Palabras de bienvenida de la Directora de COMUNICARES, previo a iniciar la presentación de EPS a Jóvenes de JAA



20.

20. Presentación del trabajo realizado durante el EPS al equipo de Juventud al Aire



21.

21. Presentación de estrategias y acciones del EPS



22.

22. Presentación del manual organizacional al equipo de JAA

Acción 03: Capacitaciones de fortalecimiento

Durante este proyecto, Asociación COMUNICARES capacitó en dos ocasiones al equipo de Juventud al aire con el fin de recopilar información e insumos para aplicar mejoras en el funcionamiento interno de JAA.

La primera capacitación se planificó para que los jóvenes de Juventud al Aire comprendieran los procesos de producción de este programa radial, haciéndoles entrega de un folleto en el cual se detallan aspectos como la radio revista, géneros radiofónicos y segmentos; el cual fue proporcionado y promovido por la M.A. Oneida Rodas.

10 años COMUNICARES Asociación de Estudiantes

¿Qué segmentos se incluyen en la Radio Revista JUVENTUD AL AIRE?



Nombre Segmento	Género Radiofónico en el que se puede trabajar	Características
Cápsula Informativa	Cápsula	Habla específicamente sobre el tema del día. Aporta datos estadísticos o notas curiosas sobre el tema.
El preguntón	Entrevista Mesa redonda Sondeo de Opinión	Como se basan en preguntas, aplica a cualquiera de los 3 géneros radiofónicos.
Entérate	Reportaje Cápsula Noticiero	Aporta datos "nuevos" estoy haciendo que a través del mismo la gente se "entere" de algo que antes no sabía.
Al Estilo de los Chavos	Cápsula Reportaje Radio teatro	Con estilo fresco y juvenil; para que responda al título
Netipostivando	Cápsula	Motiva, anima, inspira
Tips, tips, tips	Cápsula	Tips o consejos sobre el tema. Invita a la acción, a aplicar en la vida algo sobre el tema.
Como debería ser	Radio teatro Reportaje	Confronta una realidad vivida y plantea "cómo debería ser" para construir una sociedad mejor.
Cuéntame patito	Sondeo de Opinión Entrevista Noticiero	La información debería provenir prioritariamente de gente joven.
En la camioneta	Radio teatro Reportaje	Si es radio teatro debería realizarse en un escenario.
Licoreportaje	Reportaje	Todas las características de un reportaje profesional.
Más allá de tu banqueta	Radio teatro Reportaje	Anima al joven a ver más allá...a salir de su área de confort. Es inspirador.
Revoluciona tu mente	Cápsula	Datos que te pongan a pensar, que te hagan ver las cosas de otra forma.
En resumen	Tipo cápsula...	Responsabilidad de los conductores. Facilitan los datos más relevantes del programa.

Documento elaborado por M.A. Licenciada Oneida Rodas, Directora COMUNICARES. Mayo 2015



¿Qué géneros radiofónicos pueden incluirse en una Radio Revista?

Género	Estructura básica
Cápsula	<p>Saludo al público y presentación de encargados.</p> <p>Introducción al tema por medio de análisis, por medio de una pregunta o bien por medio de una situación.</p> <p>Cuerpo: es el punto medular porque brinda la información más importante. Puede darse como consejos, ideas principales o datos impactantes sobre el tema. Entre 3 y 5 ideas bien redactadas, breves e impactantes.</p> <p>Cierre o conclusión: amarra el tema. Brinda una conclusión y sobre todo invita a la acción de la audiencia en base a lo abordado.</p> <p>Despedida: Se despiden los encargados invitando a seguir escuchando el programa y realizando el tema como prioridad.</p>
Entrevista	<p>Saludo al público y presentación de encargados.</p> <p>Introducción al tema y al invitado (a) agradeciéndole su presencia y destacando su cargo, preparación o conocimiento sobre el tema.</p> <p>Preguntas y respuestas: es el punto medular porque brinda la información más importante. Entre 3 y 5 preguntas con sus respectivas respuestas las cuales debemos haber solicitado al invitado(a) fuera del aire que sean breves.</p> <p>Cierre o conclusión: Los entrevistadores deben ir haciendo anotaciones de las ideas vertidas por el entrevistado. Estas ideas servirán para concluir la entrevista, destacando en ella las ideas medulares del tema que se está abordando en esa oportunidad.</p> <p>Despedida: Agradecen al invitado (a) su valioso aporte... Se despiden los entrevistadores invitando a seguir escuchando el programa y realizando el tema como prioridad.</p>
Sondeo de Opinión	<p>Saludo al público y presentación de encargados.</p> <p>Introducción al tema explicando que se está realizando un sondeo de opinión. Exponer en dónde realizan este sondeo y a quiénes les realizarán la pregunta.</p> <p>Una Pregunta y respuestas: Genere UNA pregunta y capte un máximo de 5 respuestas breves. La pregunta debe ser "abierto" para que permita respuestas más allá de un sí o no.</p> <p>Cierre o conclusión: El reportero(a) deberá llevar un apunte de las respuestas para poder hacer una conclusión que realmente destaque las ideas recabadas.</p> <p>Despedida: Podrían terminar generando la misma pregunta al público, o bien dando un consejo respecto al tema. Da su nombre e invita a seguir escuchando el programa</p>
Noticiero	<p>Saludo</p> <p>Titulares</p> <p>3 noticias cortas</p> <p>Despedida</p>



Capacitación del domingo 8 de mayo 2015
¿Cómo hacer el programa Juventud al Aire?

23.

¿Qué es Juventud al Aire?

Juventud al Aire es el proyecto de COMUNICARES dirigido principalmente a adolescentes y jóvenes. Tiene como fin la formación de líderes juveniles que a base de Conocimientos, Actitudes y Prácticas -CAPS- se informan para formar a la población guatemalteca con la metodología de Educación - Entretenimiento. Juventud al Aire es el grupo motor de los proyectos de incidencia pública de COMUNICARES. Semanalmente hacemos un programa radial del género Radio-Revista de joven a joven. Vigente desde 2005 hasta la fecha. Pretende visibilizar los derechos de adolescentes y jóvenes y promover la libertad de expresión para la Juventud guatemalteca.



¿Qué es una Radio-Revista?

Es el género radiofónico más completo que existe, puesto que puede contener un sinnúmero de formatos radiofónicos que la conformen. Juventud al Aire es un radio revista monotemática, es decir que solo tocará un tema a la vez, y cada uno de los segmentos que la conforman se producirá con el fin de reforzar y darle una nueva perspectiva a ese gran tema. La Radio Revista es un género difícil, y si se hace bien

quizás sea el más difícil de producir, porque conlleva información, investigación, documentación, dinamismo y un "timing" espectacular, que mantiene al público atento y le genera deseos de participar. Como se hace con un mínimo de 3 comunicadores se vuelve un género caro, en términos de producción. Además si se hace a diario implica un gran desgaste del equipo de producción. En nuestro caso la Radio Revista es semanal, y generalmente hay más de 3 personas que la producen; por lo que se esperará que fuera un "hit" radiofónico; un espacio radial de jóvenes para jóvenes con ideas frescas, creativas e innovadoras.



Género	Estructura básica
Mesa redonda	<p>Deberá realizarse con un moderador(a), un mínimo de 2 y un máximo de 4 panelistas, con quienes se expondrá un tema desde varias perspectivas. Generalmente estos panelistas deberán aportar puntos de vista diversos sobre el tema. Una mesa redonda debería poner a pensar a las personas que la escuchan. Podrá aportar ideas encontradas sobre el tema.</p> <p>Saludo al público y presentación del moderador y de los panelistas.</p> <p>Introducción al tema y explicación de que en esta mesa redonda se "analizará" el tema en forma diversa, desde los puntos de vista de los panelistas</p> <p>Preguntas, respuestas y análisis intermedio: es el punto medular porque brinda la información más importante. Unas 3 preguntas que generen información y brinden análisis a los oyentes. El moderador hará algo de análisis de acuerdo a los puntos aportados.</p> <p>Cierre o conclusión: El moderador realizará conclusiones desde sus notas. Puede basarse en alguna ley, o en el mismo tema para concluir. Incluso puede pedir a los panelistas que brinden su propia conclusión.</p> <p>Despedida: Agradece a los panelistas su valioso aporte... Se despide el moderador(a) invitando a seguir escuchando el programa y realizando el tema como prioridad.</p>
Reportaje	<p>Lo ideal de un reportaje es que sea una pre producción. Un trabajo periodístico de profundidad que cita varias fuentes. Implica entrevistas, citas de fuentes Informativas y requiere de planificación y tiempo. Pero un reportaje también puede hacerse en vivo, pero debemos tener listos y ensayados todos los elementos para que tenga la "dignidad" que merece.</p> <p>Pretende, a través de personajes, abordar un tema específico. Implica despertar sentimientos en los oyentes. Es un aporte de fantasía que invita al análisis. Conlleva el arte de actuar en radio y contribuir a que la imaginación del oyente se despierte. Es una historia, breve y dinámica. Mejor si se apoya con efectos de sonido o música de fondo que contextualiza. En sí mismo posee principio, nudo y desenlace. Dentro de una radio revista, un radio teatro contribuye a digerir el tema con un lenguaje amigable y cercano al oyente. NO -nunca, bajo ninguna circunstancia- debe sonar leído; más bien conlleva la caracterización de los personajes desde el principio hasta el fin. No tiene continuación, ni va por capítulos. Es lo que podríamos llamar un género "unitario" porque no va conectado a ningún otro. Otra característica es que aunque se escuche aislado, o fuera del contexto de la radio revista será comprensible y aportará como herramienta para abordar un tema específico. Lo ideal es que genere discusión y análisis.</p>



23. Folleto "¿Cómo hacer un programa de JAA?", 1era. Capacitación.

La segunda se contempló para el fortalecimiento del pensamiento crítico político de los jóvenes para el abordaje pertinente de temas políticos en el programa radial Juventud al Aire. Acompañó como capacitador Celso Solano, quien labora en la sección de noticias internacionales de Siglo21.

24.



¿Qué sabes de lo que está pasando en Guatemala? ¿Te interesa?

Chicas y chicos comunicadores de Juventud al Aire: Nuestro país está atravesando una situación histórica que necesita que las y los jóvenes estén informados.

COMUNICARES te invita al conversatorio/taller
“UNA PINCELADA DE ANÁLISIS DE LA REALIDAD POLÍTICA DE GUATEMALA”

Lugar: Mariápolis (12 Calle 1-95, Colonia El Rosario, Zona 3 Mixco)
Fecha: domingo 31 de mayo 2015
Horario: 9:00 a 12:00
PUNTUALIDAD IMPORTANTE
Alimentación: Se colocará un refrigerio permanente



24. Invitación al segundo taller, fue colocada en el grupo secreto de Facebook de Juventud al Aire.

Como se mencionó con anterioridad, las capacitaciones de fortalecimiento permitieron que los jóvenes pertenecientes al equipo de JAA absorbieran nuevo conocimiento con respecto a qué es Juventud al Aire y cómo funciona, así como del acontecer político nacional ya que siendo un programa de jóvenes para jóvenes que busca el pensamiento crítico de la juventud guatemalteca, es importante que se empapen de este tipo de conocimiento.

Durante la primera capacitación realizada el 03 de mayo 2015, se les hizo entrega del ya expuesto folleto de “¿Cómo producir un programa de Juventud al Aire?” el cual fue elaborado por la Directora de COMUNICARES al ser conocida la necesidad de que los jóvenes contaran con material institucional de consulta

que les permitiera tener un respaldo en las actividades diarias que realizan como miembros del equipo de Juventud al Aire.

En este documento se les detallan los géneros radiofónicos utilizados en este proyecto radial, así como los segmentos que trabajan.

Por otra parte, durante esta capacitación se discutieron aspectos técnicos para pulir las habilidades comunicacionales del equipo de JAA.

La asistencia de la primera capacitación puede encontrarse en Anexos página 30.



25.

25. Jóvenes recibiendo instrucciones para mejorar técnicamente sus habilidades comunicacionales



26.

26. Miembro de JAA exponiendo su punto de vista durante la 1era. capacitación

Durante la segunda capacitación se contó con el apoyo de Celso Solano quien es parte del periódico Siglo21 quien explicó a los jóvenes el acontecer de la política nacional de una forma más amigable y comprensible a los jóvenes.

Durante esta capacitación el equipo de Juventud al Aire tuvo la oportunidad de plantear dudas relacionadas a las marchas pacíficas, la reforma de la Ley Electoral y de Partidos Políticos, la influencia que tienen otros países en la política guatemalteca, entre otros.

Esta actividad permitió que los jóvenes tuvieran otra perspectiva y un abordaje pertinente durante los programas radiales cuando tratan temas de índole cívico/político.

La asistencia de la primera capacitación puede encontrarse en Anexos página 30.



27. Jóvenes exponiendo, participando y recibiendo instrucciones durante la 2da. capacitación

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

PRÁCTICA SUPERVISADA 4 de mayo al 30 de julio												
Actividad	Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1ra. Capacitación de JAA ¿Cómo hacer el programa Juventud al Aire?												
2da. Capacitación de JAA “Coyuntura política y derechos de los adolescentes y jóvenes”												
Replanteamiento de guiones y escaletas												
Sistematización del manual organizacional												
Revisión del manual organizacional												
2da. fase de la Sistematización del manual organizacional												
Presentación del manual organizacional												

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Para constatar que la estrategia y acciones desarrolladas durante este proyecto fueran ejecutadas, se realizó un monitoreo *face to face* los domingos durante la transmisión del programa con el fin de que la actualización del material radial fuese implementado.

La implementación de esta acción comunicacional también fue seguida de cerca a través del grupo secreto de Facebook que utiliza Juventud al Aire para la planificación y producción del programa durante la semana.

Por otra parte, el manual sigue bajo revisión por todo el equipo de COMUNICARES y en plan piloto con los jóvenes, con el fin de determinar los posibles puntos débiles o nuevos temas que pueden ser integrados a este manual y así pulirlo para su implementación con los nuevos integrantes del equipo de JAA.

Por último, vale la pena resaltar que los talleres de fortalecimiento son parte de la planificación anual de COMUNICARES tanto a nivel del equipo base, como en los proyectos radiales de Chispas al Aire y Juventud al Aire. Es por ello que, desde terminada la ejecución de este proyecto en el mes de julio; en los meses de agosto y septiembre se han llevado a cabo 4 capacitaciones en las cuales la epesista ha participado activamente.

CONCLUSIONES

A través de la implementación de esta estrategia comunicacional se puede concluir lo siguiente:

- El fortalecimiento de la comunicación interna es necesario para potencializar todo proyecto que quiera llevarse a cabo, ya que permite un entendimiento mayor sobre las oportunidades y limitaciones del mismo. De igual manera, permite que todos los involucrados se sientan parte fundamental de los procedimientos y abre los canales de comunicación entre encargados y colaboradores.
- La sistematización de Juventud al Aire permite realizar el compromiso de los miembros del equipo hacia el proyecto, así como abre la posibilidad de generar más y mejores productos radiales.
- Existe un compromiso real por parte de Asociación COMUNICARES de realizar mejoras en sus proyectos comunicacionales y seguir generando espacios que generen el pensamiento crítico y la capacidad de debate de los jóvenes.
- Los miembros del equipo de Juventud al Aire están abiertos a ideas y propuestas que mejoren el programa.
- El proyecto radial Juventud al Aire es un espacio que permite la interacción e intercambio de información entre pares y permite el desarrollo del liderazgo juvenil.

RECOMENDACIONES

A partir de la interacción constante tanto con el equipo base de Asociación COMUNICARES, como de todo el equipo de Juventud al Aire; así como del conocimiento de los procedimientos internos de la organización y del proyecto se recomienda lo siguiente:

- Planificación anual de actividades de convivencia entre COMUNICARES, Juventud al Aire y Chispas al Aire con el fin de establecer lazos sólidos e intercambio entre equipos de trabajo.
- Refuerzo positivo en los jóvenes que pertenecen al proyecto de Juventud al Aire con el fin de aumentar su participación y constancia.
- La implementación constante del manual técnico y operativo de Juventud al Aire elaborado en esta estrategia comunicacional ya que es de suma importancia que todos los colaboradores de Juventud al Aire estén informados sobre todo lo relacionado al programa.
- Seguir fortalecimiento al equipo de JAA con el fin de mejorar el flujo de información y generar cada vez mejores producciones radiales.
- Seguir velando por espacios juveniles que permitan utilizar la comunicación como una herramienta de desarrollo a todo nivel.

GLOSARIO

TÉRMINO	DEFINICIÓN
Asociación Civil sin Fines de Lucro	Institución que se crea para favorecer a terceros y no para recibir beneficios ni gozar de sus servicios.
Asociación COMUNICARES	Organización que centra su atención en desarrollar proyectos para impulsar los derechos y libertad de expresión de niños, adolescentes, mujeres y comunidades; utilizando la comunicación como medio.
Comunicación	La palabra deriva del latín “ <i>communicare</i> ”, que significa “compartir algo, poner en común”. A través de la comunicación las personas podemos comprender nuestro entorno, asimilarlo y compartir nuestra visión con el resto.
Comunicación Interna	Conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros para mantenerlos informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.
COMUNICARES	Comunicación en Pro de la Mujer, Niñez y Comunidades Apoyando la Responsabilidad Social.
Educación – Entretenimiento	Forma de entretenimiento concebida para educar, informar y divertir.
Encuentro Nacional	Evento coordinado por COMUNICARES en el que participan niños, niñas y adolescentes comunicadores con el fin de intercambiar experiencias y adquirir nuevas habilidades y técnicas comunicacionales.
Equipo base	En este proyecto se refiere a las personas que laboran como técnicos/facilitadores y coordinadores de proyectos de COMUNICARES.
Era del Conocimiento	En la era tecnológica, el conocimiento es el motor impulsor de todas las nacientes de tecnología, este conocimiento se genera en la mente de una persona y adquiere un valor añadido al ser procesado por otras. El conocimiento entonces, es presente y accesible.

Escaleta	En JAA esta es utilizada exclusivamente por los conductores. Aquí se detallan y destacan todos aquellos pasos y detalles de nuestro programa.
Estrategia	Serie de acciones meditadas encaminadas hacia un fin determinado.
Estrategia Comunicacional	Herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, mensajes, acciones y de más que se ha propuesto en una estrategia.
Facebook	Red social que permite el intercambio virtual entre individuos de cualquier parte del mundo. Su función es socializar las actividades diarias y relevantes de las personas.
Grupo Secreto de Facebook	Grupo al que solo puede accederse por invitación del administrador y no puede encontrarse en el buscador de Facebook.
Guión	Herramienta que permite planificar un programa radiofónico y muy especialmente para tener registro de todo el material sonoro que será necesario para la realización del programa.
IGER	Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica.
Incidencia	Influencia de determinada cosa en un asunto o efecto que causa en él.
JAA	Juventud al Aire
Juventud al Aire	Proyecto de COMUNICARES dirigido principalmente adolescentes y jóvenes. Es una radio revista radial de joven a joven que busca promover la libertad de expresión y debate entre pares.
Logotipo	Distintivo gráfico que representa un producto, campaña, estrategia y más. Es la imagen de asocio instantáneo para el público objetivo.
Manual Organizacional	Es un documento de suma importancia para la empresa ya que en esencia detalla lo que la organización representas como tal, su funcionamiento y hacia dónde va.

Plan de Comunicación	Herramienta que sirve para planificar (en términos de recursos, tiempo, objetivos, etc.) las acciones y estrategias de comunicación de un proyecto u organización.
Planificación	Proceso que exige respetar una serie de pasos que se fijan para alcanzar los objetivos planteados.
Producción Radiofónica	Proceso de gestión interna de un programa de radio (producción de escaletas, guiones, preparación de entrevistas, planificación de temas...)
Programa Radial	Serie de emisiones que se transmiten por vía radiofónica con una cierta periodicidad, en donde se tratan temáticas preestablecidas.
Redes Sociales	En este caso, nos referimos a los medios electrónicos a través de los cuales se establece interacción entre dos o más personas.
Segmentos	En Juventud al Aire, los segmentos son los diferentes momentos del programa en los que se trabajan géneros periodísticos específicos para el abordaje del tema.
Sistematización	Establecimiento de un sistema u orden que tiene por objetivo permitir obtener los mejores resultados posibles, de acuerdo al fin que se desea alcanzar.
Slogan	Frase que resume y representa de forma creativa la idea de un proyecto, campaña o propaganda. La prensa es que dicha frase sea fácil de recordar para el público objetivo.
Sónica 106.9 FM	Radio Joven que además de entretener y ser un espacio de libre expresión, busca reforzar el pensamiento crítico y la capacidad de análisis de la juventud guatemalteca, para que esta pueda participar activamente en el desarrollo del país y sus comunicadores.

BIBLIOGRAFÍA

COMUNICARES. (2014). *CV Profesional COMUNICARES*. Guatemala.

COMUNICARES. (2015). *Redacta, lee y piensa multimedia*.

Guatemala:COMUNICARES.

Figuroa García, J. I. (2011). *Estrategia de Comunicación organizacional para el fortalecimiento de la imagen institucional de Asociación COMUNICARES*. Guatemala:Universidad de San Carlos de Guatemala.

Mendez Santizo, I. L. (2010). *Fortalecimiento de la imagen institucional de Asociación COMUNICARES*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.

Piló Santos, R. M. (2011). *Estrategia de comunicación para la sistematización del programa radial Chispas al Aire*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.

EGRAFÍA

COMUNICARES. (SF). *COMUNICARES*. Obtenido de:

http://comunicares.com/index.php?option=com_content&view=article&id=150&Itemid=28

FORMANCHUK, A. (febrero-marzo de 2006). *Comunicación Interna, Externa e Imagen Corporativa: Nuevos Paradigmas para una Economía Global*. Razón y Palabra. Obtenido de:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520713024#>

(IGER), I. G. (SF). *Misión, Visión y valores*. Guatemala. Obtenido de:

<http://www.iger.edu.gt/>

TGW, R. (Compositor). (2014). *Historia de TGW*. [J. F. Rodriguez, Dirección] Guatemala. Obtenido de:

<http://www.radiotgw.gob.gt/>

ANEXOS

TRANSCRIPCIÓN DELA ENTREVISTA

Entrevista realizada el 24 de febrero 2015 a la Directora de COMUNICARES.

Duración: 46 minutos con 19 segundos.

Entrevistadora: ¿Por qué surge COMUNICARES?

Directora: COMUNICARES es fruto de la necesidad de trabajo de campo. Yo empecé hace muchos años a trabajar como consultora para organismos internacionales que me contrataban para realizar trabajos de campo, los trabajos que ellos no hacían; digamos necesitaban que se implementaran procesos con mujeres, con niños, adolescentes o con jóvenes; sobre todo de índole comunicacional y lo que empecé a aprender en ese proceso es que trabajar directamente en las comunidades transforma la vida de esas personas y la vida de la gente en la comunidad.

Trabajé muchos años con la Cooperación Noruega y entonces cuando ellos ya se iban a retirar de Guatemala, ellos me dieron un consejo y además un fondo y me dijeron: “mira Oneida, si tú gestionas fondos para trabajar comunicación para el desarrollo siendo Oneida Rodas no te van a dar nada porque los lineamientos administrativos y legales de este país no permiten que ningún organismo internacional le done nada a una persona. Pero si tú fundas una organización a través de esa figura legal, se puede seguir esta ruta”; porque yo había empezado en el año 98’ a trabajar este proceso con la Cooperación Alemana que en aquella época se denominaba GTZ.

GTZ se fue del país pero heredó el proceso a SavetheChildren de Noruega y entonces trabajé muchos años con esta organización y cuando ellos se fueron de Guatemala entonces me dijeron, “nosotros nos vamos pero no tenemos a quién dejar el proceso, entonces te aconsejamos que fundes una organización”.

Yo me senté a pensar desde un nombre hasta todo lo demás, ellos me apoyaron con un pequeño fondo para pagarle a un abogado y poder hacer la papelería legal de COMUNICARES. Pero en esa época COMUNICARES era yo. A partir del 2005 COMUNICARES empieza a funcionar como tal y en el 2007 ya nos sale la resolución legal como una organización civil sin fines de lucro autorizada por el Ministerio de Gobernación y por todos los que debían autorizarla.

Como yo ya tenía el trabajo con Noruega, donde trabajaba con niños y adolescentes comunicadores, el primer programa de radio tanto de Chispas al Aire como de Juventud al Aire se lanzó en 2005. Entonces yo fui tratando de involucrar a los chicos en este proceso que se llamaba COMUNICARES aunque no teníamos tanta personalidad. Con los mismos chicos voluntarios, sobre todo los jóvenes, se le empezó a dar forma a lo que se llama COMUNICARES hoy en día.

Entrevistadora: Ya mencionando los programas y extensiones que ustedes tienen, surgen precisamente por el deber que ustedes sienten de trabajar con niños, jóvenes y mujeres; en el caso de Juventud al Aire me comentaba que era la extensión de venir trabajando con jóvenes comunicadores. ¿Cómo armaron inicialmente el programa? ¿Bajo qué lineamientos? O ¿ya habían pensado un grupo objetivo?

Directora: El primer fondo que se obtuvo para trabajar con jóvenes comunicadores se hizo desde una iniciativa, que platicando con unas colegas nos dimos cuenta que no había mercado en la ciudad capital que no tuviera una radio. Los mercados tienen su propia radio y lo que empezamos a ver es que hay muchos jóvenes que crecen en ese mercado, y muchos van a estudiar fuera y regresan a vender por las tardes con sus mamás.

Entonces, escribí una iniciativa que me permitió enganchar la Cooperación de Noruega ya estando esta organización fuera de Guatemala y la Cooperación de la Municipalidad de Guatemala. Con esa alianza y nosotros como COMUNICARES, se convocó a jóvenes que tenían inquietud de hacer radio en los mercados.

La primera promoción, digámoslo así, de chicos que pertenecieron a Juventud al Aire, son hijos de señores y señoras que tienen sus ventas en los mercados. Se encaminó mucho el proceso y a ellos se les capacitó; aprendieron a hacer programas de radio, se les empoderó con respecto a temas de derechos de adolescencia, sobre compromisos que ellos adquirirían al ser jóvenes, sus derechos y sus obligaciones, y sobre todo: liderazgo juvenil.

Venían de 12 mercados distintos, al momento de sacar los programas, en algunos mercados hubo una gran apertura y en otros por ser jóvenes, les cerraron las puertas.

Para mí era bien frustrante ver cómo se había invertido tanto tiempo, dinero y sueños en que este grupo se consolidara, y luego que las mismas autoridades del mercado les

dijeron “no” por ser jóvenes; “porque los jóvenes dejan basura, porque los jóvenes dejan relajo, porque los jóvenes no saben hacer las cosas bien”, esos eran los argumentos de la gente de los mercados.

Para ese entonces nosotros con Noruega ya habíamos hecho dos Encuentros Nacionales de jóvenes, niños y adolescentes comunicadores y el tercer encuentro ya recaía totalmente sobre COMUNICARES. Era el primer encuentro que nosotros hacíamos solos, entonces nos movimos mucho, convocamos prensa y convocamos también directores de radio para que conocieran el trabajo que los chicos hacían o que queríamos hacer con ellos; ya que Juventud al Aire es en la ciudad capital pero nosotros tenemos programas en otras partes del país que también son jóvenes o niños que van por la misma línea.

Recuerdo que a finales de ese año del 2004 llegó el director de TGW de aquella época y se enamoró del proyecto. Y me dijo “¿Oneida quiere media hora semanal en TGW?”, ¡Perfecto! El espacio gratuito y llevamos todos los domingos a los jóvenes al programa. Este fue tan bien aceptado que los de la radio nos ampliaron de media a una hora y posteriormente pasamos varios años y varios gobiernos así; hasta en este gobierno que el director de la radio TGW, no quiso darnos una cita, no quiso hablar con nosotros y sacó muchos programas que no eran de TGW sino que eran como de productores externos o terceros como el caso nuestro y sencillamente nosotros ya no pudimos pasar el programa ahí. Entonces lo que tocó fue cabildear en otras radios, hasta que encontramos la puerta abierta en el grupo radial Uy,uy,uy y su gran promotor que es el Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica (IGER) que nos permite domingo a domingo sacar el programa a través de sus frecuencias.

Entrevistadora: Para el momento en el que ustedes seguían en TGW, ¿seguían siendo los mismos jóvenes? ¿O ya habían cambiado?

Directora: Nosotros no tenemos una línea estricta de decir “solamente admitimos 20 por año, o solo 30 por año” sino las puertas están abiertas. Y eso ha permitido que los jóvenes crezcan, maduren y que cuando se retiran del proyecto es por propia voluntad y quedan aliados a COMUNICARES como parte de la Asociación. A ellos se les dan capacitaciones y se les dan insumos para que más allá de sencillamente llegar y sacar un programa de radio, poner música reggaetón y dar la hora, puedan realmente utilizar como decimos en COMUNICARES “la comunicación como una herramienta para el desarrollo propio y de la comunidad”.

Entrevistadora: La vez pasada me estaba mencionando acerca de algunos casos exitosos de los jóvenes que habían estado en Juventud al Aire que crecieron y ahora están en otros proyectos, ¿me podría mencionar ya sea los mismos casos o algunos casos que recuerde en este momento?

Directora: Bueno podríamos hablar de Ericka Marleny, ella pasó de los niños de Chispas al Aire a formar parte de Juventud al Aire. Ella ha tenido oportunidad de trabajar en situaciones relacionadas con medios de comunicación, porque obviamente el aprendizaje que ha tenido dentro del proceso, ha sido muy bueno. Ella ha transformado su vida siendo una líder muy positiva, siendo muy colaboradora, que ayuda mucho desinteresadamente que eso es un poco la línea con la que se vive en COMUNICARES. Marleny ha sido incluso parte de nuestro *staff* de consultores cuando se ha requerido contrataciones y es sumamente eficiente pero ha crecido en el proceso.

Juan Carlos es otro ejemplo, él estuvo mucho tiempo aliado al programa; de hecho eventualmente todavía llega. Pero realmente se le ha dotado capacitación, de conocimiento y él me lo dice “respecto a mis compañeros de la universidad, yo tengo más reconocimiento versus los otros que tienen ganas de hacerlo pero no tienen la experiencia”.

Por ejemplo, yo te contaba ayer de este chico Carlos Rivera, era un muchacho sumamente tímido, con baja autoestima, sin seguridad en sí mismo; leía mal, escribía mal, pero al creer en él y no rebatarle el papel y decirle “no puedes hacerlo”, sino al contrario decirle “lo puedes hacer, lo estás haciendo bien” le dio mucha seguridad en sí mismo.

Otro ejemplo que me viene a la mente es Juan de Dios Aldana, es un chico que tiene espina bífida, hidrocefalia y jamás había salido de su casa. Él había oído todos los fines de semana el programa, nos llamó y dijo “¿puedo llegar?” y cuando lo vemos ¡Oh rayos!, era un chico distinto a todos. Un poco mayor que el resto, pero por lo mismo que él no había tenido ni escuela, ni nada y vivía encerrado en su casa; Juan de Dios parecía un adolescente, aunque fuese un poquito mayor. Y era de admirar que nosotros estábamos en el tercer piso de TGW, porque nos quitaban los ascensores. Juan de Dios subía arrastrado los tres pisos porque él no podía mover sus piernas, pero jamás faltó al programa. Y cuando él se retiró, fue porque realmente él se consideró ya mayor que el resto de los chicos que estaban ahí. Cambió su vida, Juan de Dios hoy tiene amigos, ha

hecho vínculos en su vida que antes jamás los hubiera hecho si no hubiera participado en este proyecto.

Hoy Nancy que es la productora del programa, empezó con cero conocimientos pero con muchas ganas. Entonces se le tuvo mucha fe, se le brindó capacitación y Nancy también ha formado parte del *staff* de consultores cuando hay eventos y nos ha ayudado a facilitar talleres, entre otras cosas.

Es decir, tienen otras posibilidades, se abren otras puertas. Ya no están solamente encerrados en el estudio, el trabajo o en la casa. Sino que conocen otras personas que les gusta hacer cosas buenas.

Tengo el caso de Raúl Arriola, a mí me parece un caso muy enigmático porque hoy es un conocido y prestigiado actor de teatro en Guatemala. Con él tuvimos una disyuntiva de sentarnos horas y horas, semanas tras semanas sobre cómo las maras cerca de su casa lo estaban enamorando para que se metiera a la mara. Entonces cómo analizar con él por qué meterse o no meterse a las maras. Y entonces él con la ayuda y la fortaleza del equipo, decide no entrar a la mara. Él vive en una zona roja muy conflictiva y su vida se ha transformado.

Tenemos muchos casos exitosos, por ejemplo Mark Arana que al salir de Juventud al Aire fue por tres o cuatro años la voz en off de Noti7 y ahora es productor en TGW.

Entrevistadora: Mencionaba lo de las capacitaciones, me surge la curiosidad ¿qué tipo de capacitaciones les han dado a los jóvenes?

Directora: Se ha manejado diversos tipos de capacitaciones. Hay capacitaciones técnicas en donde se les dan insumos para que ellos como comunicadores tengan herramientas que les sean de utilidad; desde cómo utilizar un micrófono o cómo hacer una cápsula. Cuando hemos tenido los grupos bien pulidos en la parte técnica, entonces ya podemos pasar a otro nivel, ya les damos talleres relacionados con la educación sexual, sobre derechos sexuales y reproductivos, asuntos de derechos de niñez y adolescencia. Por ejemplo, en tres elecciones de gobierno se les han dado capacitaciones de todo lo que tiene relación con el voto y los jóvenes, la política, la incidencia del joven, etc.

Vamos tomando temáticas que son coyunturales para nosotros que son dentro del Proyecto Operativo Anual (POA), entonces cuando desarrollamos el tema de “Yo sí puedo

construir la Paz”, se les dieron capacitaciones de las formas de violencia, cómo prevenirla, la ruta de la denuncia y ellos tocaban esos temas en el programa y a final de año el Encuentro Nacional, se enfocó en eso. Entonces, esa es la dinámica.

Entrevistadora: Esto del Encuentro Nacional ¿viene siendo parte de Chispas y Juventud al Aire o de otro apartado?

Directora: El Encuentro Nacional tiene como fin reunir a un grupo representativo de niños, niñas, adolescentes y jóvenes comunicadores de todo el país con quienes nosotros tenemos incidencia. Entonces así como nosotros tenemos Chispas y Juventud, por ejemplo hay un lugar que se llama EDECRI que ellos tienen “Vivan la Niñez”, hay otra que se llama “Niños y Niñas Amanecer Cultural, otro que tiene “Jóvenes en Acción”; entonces cada quien tiene su nombre, pero lo que hacemos es reunirlos, porque ellos hacen un intercambio de experiencias.

Sabemos quiénes están haciendo vídeo, quiénes están haciendo radio, quiénes están haciendo redes sociales; tenemos la oportunidad de hacerlo a través de varias técnicas: se hacen foros, debates, talleres. Porque tenemos 150 chavos que asisten al Encuentro, entonces se hacen talleres de 20 o 25 para que tengan la oportunidad de conocer más.

Ahora algo muy importante es que Juventud al Aire es el equipo motor de este Encuentro Nacional. Entonces a ellos se les capacita para dar capacitaciones, ellos dan talleres por ejemplo de cómo hacer una revista, un periódico juvenil o cómo hacer un programa de radio.

Entrevistadora: Ahora, pasando ya a cómo se maneja Juventud al Aire, me gustaría saber ¿qué medios internos tienen para contactarse con los jóvenes?

Directora: Básicamente con ellos de unos años para acá lo que se ha hecho es que se ha creado un grupo de Facebook, en él están los chicos afiliados al programa. En este grupo de Facebook lo que se hace es que se divulga la escaleta, el tema de la semana, se les postean vídeos, lectura y otras cosas que fortalezcan su investigación del tema y entonces así es cómo se distribuyen las tareas.

Entrevista: ¿Y siempre lo tradicional...ya sea por correo, teléfono...?

Directora: No fijate, por correo no. Porque lo que hemos visto es que esta nueva generación no utiliza el correo electrónico, eso ya es “de viejos”. Entonces si pensamos

en correo es porque “estás *out*”. Lo que tratamos con ellos es que vamos utilizando los mecanismos que para ellos son más razonables.

Y ahora utilizar el Whatsapp y un grupo de Facebook es “*in*”, porque estamos trabajando con jóvenes. Tenemos que entender también que tenemos que buscar los mecanismos que para ellos son más adecuados no para nosotros como institución. Todo surge también a través de las iniciativas de ellos.

Por ejemplo ahorita que están sacando a través de Youtube, es una iniciativa de ellos. Todavía están aprendiendo, pero por ejemplo yo les ofrecí que este año se les pueda dar algo de manejo de cámara porque ellos ahorita están pensando para radio y ahorita estamos en la era en la que ya tenemos que pensar multimedia. Entonces, los medios de comunicación internos han ido cambiando conforme las generaciones van cambiando.

Entrevistadora: En cuanto a contenido, me comentaba lo de las escaletas y que hacen una planificación.

Directora: Hay una planificación trimestral en la que ellos mismos definen los temas. Nos reunimos por ejemplo ahorita en enero y ellos sacaron los programas de mitad de enero, marzo y abril. Ya tenemos todos esos temas definidos.

Entonces ellos sacan esos temas, luego yo hago una pre-producción sobre cómo vamos a enrutar ese contenido y ya se lo paso a Nancy. Ella ya hace la escaleta, me la devuelve, la reviso y eso se sube al grupo ya para todos.

Entrevistadora: Económicamente, ¿hay algún patrocinador específico de Juventud al Aire?

Directora: No. Esto es importante que se comprenda, COMUNICARES funciona con todos o en la mayoría de sus proyectos a través de un donante. Donan el dinero y nosotros hacemos el proyecto, luego nos auditan fiscalmente; nuestro compromiso laboral es que si ganamos dinero de un proyecto, somos contratados con un salario y donamos tiempo a otro.

Si a mí me está pagando “x” proyecto, yo dono mi tiempo a otro. En mi caso, mi donación es para Juventud al Aire totalmente. Yo no recibo ni un centavo por producir, dar seguimiento o trabajar con este programa.

No obstante en esta búsqueda hemos logrado que SavetheChildren Guatemala nos otorgue un pequeño fondo para movilizar y dar alimentación en algunas capacitaciones de las que facilitamos.

Pero como COMUNICARES es una instancia que busca la auto sostenibilidad de sus proyectos, muchas veces nosotros somos contratados como consultores expertos en comunicación para otras entidades que nos pagan consultorías puntuales, es de ahí donde salen fondos para Juventud al Aire.

Entrevistadora: Como última pregunta, como directora de COMUNICARES y encargada del programa Juventud al Aire, ¿Qué le gustaría que los demás supieran del programa?

Directora: Lo que quiero que sepa la gente del programa es que es un programa de jóvenes hecho por jóvenes; con idea de ellos, con palabras de ellos. Y que son chicos que quieren transformar el país, que los jóvenes tienen cosas nuevas que decir, que tienen grandes ideas y que los jóvenes no son el presente sino el futuro de este país y que si no los escuchamos a ellos hoy, mañana va a ser demasiado tarde. Porque así como las redes sociales nos comieron en el camino y se instalaron sin darnos cuenta, eso está pasando con los jóvenes.

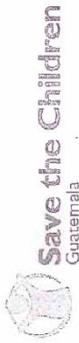
Con tanto potencial que tienen, hay demasiadas limitaciones. Creo que es una ventana para conocer las dificultades, alegrías y retos que tiene la juventud en este país; porque culturalmente nos han educado para menospreciar y para subestimar la capacidad del joven “porque es joven”. Entonces cuando hay alguien que piensa que sí pueden, que sí saben y que sí son capaces, de verdad es maravilloso ver lo que se puede lograr.

¿Qué quiero que sepa la gente? que es un programa de jóvenes hecho para jóvenes y que si lo escuchan o si los ven en Youtube van a encontrar ideas frescas y la exposición del grupo de gente mayoritario de este país que es la juventud que te está diciendo bien cómo hacer las cosas.

PLANILLAS DE ASISTENCIA



PROYECTO DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES COMUNICADORES
LISTADO DE PARTICIPANTES CHISPAS AL AIRE 2015



Nombre de la actividad: Capacitación Juventud al aire

Fecha: 3 de mayo 2015

No.	Nombre y Apellidos	Género		Edad	Institución	Firma
		Masculino	Femenino			
1	Gabriela Garcia		X	24	Comunicares	<i>[Signature]</i>
2	Iris Jecol		X	26	Comunicares	<i>[Signature]</i>
3	Ara Victoria Poldán		X	19	Comunicares	<i>[Signature]</i>
4	Miriam Pineda		X	32	Comunicares	<i>[Signature]</i>
5	Norma Reano		X	31	Comunicares	<i>[Signature]</i>
6	Cristina Soto		X	23	Comunicares	<i>[Signature]</i>
7	NANLY CARRERA		X	23	Comunicares	<i>[Signature]</i>
8	Fernando Colon	X		27	Comunicares	<i>[Signature]</i>
9	Pablo Rodrigo Cruz	X		19	Comunicares	<i>[Signature]</i>
10	celso silano		X	51	Comunicares	<i>[Signature]</i>
12	Miguel Ruan		X	15	Comunicares	<i>[Signature]</i>
13	Juan David Cruz	X		16	Comunicares	<i>[Signature]</i>
14	Onaida Rodon		X	43	Comunicares	<i>[Signature]</i>

Nombre del Encargado de Actividad: Onaida Rodon DPI: 260805815101

Firma: *[Signature]*

Sello Institucional:





PROYECTO DE ADOLESCENTES Y JÓVENES COMUNICADORES 2015
 JUVENTUD AL AIRE
 LISTADO DE PARTICIPANTES



COMUNICARES

Nombre de la actividad: Taller de Producción y Conversación "Captura política y derechos de los adolescentes y jóvenes"

Fecha: Domingo 31 de mayo 2015

No.	Nombre y Apellidos	Género		Edad	Institución	Firma
		Masculino	Femenino			
1	Nancy Carrera Chávez		✓	25	Comunicares	<i>Nancy Carrera</i>
2	Iris Maritza Jecal González		✓	26	Comunicares	<i>Iris Maritza</i>
3	María Lourdes Finán Yel		✓	27	Comunicares	<i>María Lourdes</i>
4	Manuel Alejandro Costarrubi Páez	✓		20	Comunicares	<i>Manuel Alejandro</i>
5	José Fernando Cejón Cebal	✓		27	Comunicares	<i>José Fernando</i>
6	Sebastián Sagastum	✓		22	Comunicares	<i>Sebastián</i>
7	Cristina Soto		✓	23	Comunicares	<i>Cristina Soto</i>
8	Misael Morales Balmos	✓		17	Comunicares	<i>Misael Morales</i>
9	Liliana Raquel Pérez		✓	20	Comunicares	<i>Liliana Raquel</i>
10	Pablo Rodríguez Cruz	✓		19	Comunicares	<i>Pablo Rodríguez</i>
11	María Gabriel Ruano		✓	15	Comunicares	<i>María Gabriel</i>
12	Belso Solano	✓		51	Comunicares	<i>Belso Solano</i>

Nombre del Encargado de la Actividad: Ornelinda Reyes DPI: 260605215010

Firma: *Ornelinda Reyes*



Sello Institucional:



Save the Children
Guatemala

PROYECTO DE ADOLESCENTES Y JÓVENES COMUNICADORES 2015
JUVENTUD AL AIRE
LISTADO DE PARTICIPANTES



COMUNICARES

Nombre de la actividad: Taller de producción y conversación 'capacitación y derechos de los adolescentes y jóvenes'

Fecha: Domingo 31 de mayo 2015

No.	Nombre y Apellidos	Género		Edad	Institución	Firma
		Masculino	Femenino			
13	Ara Victoria Elizabeth Polten Kostet		✓	19.	Comunicares	
14	Cristobal Diego	✓		24.	Comunicares	
15	Michael Estuardo Najera	✓		24.	Comunicares	
16	Carel Riano Galindo		✓	19.	Comunicares	
17	Adriana Pizarro	✓		22.	Comunicares	
18	Wendy Najera		✓	30.	Comunicares	
19	Ornelio Rojas	✓		43.	Comunicares	

Nombre del Encargado de la Actividad: Ornelio Rojas DPI: 260808810

Firma:

