

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



“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA RADIO SÓNICA 106.9 FM”
Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ANDREA EUNICE CASTRO MONTERROSO
201216659

Previo a optar el título de:

LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2019

Consejo Directivo:

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijilio

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante de Egresados:

M.A. Jhonny Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

M.A. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista Andrea Eunice Castro Monterroso con número de carné: 201216659 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 institución específicamente en SÓNICA 106.9 cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 14 de mayo al 16 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: Plan de Comunicación Interna para Radio SÓNICA 106.9 FM entregando el material respectivo y debidamente recibido por: Radio SÓNICA 106.9 FM.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (la) epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,

Firma y sello


Cristian Galicia

Director





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



Guatemala, 4 de octubre de 2019

Estudiante
Andrea Eunice Castro Monterroso
Carné: 201216659
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:


Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título "PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA RADIO SÓNICA 106.9 FM". El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.A. Evelin Hernandez
Supervisor EPS de Licenciatura




Vo. Bo. M.A Luis Pedraza
Coordinador EPS de Licenciatura





Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

- A Dios, o quien sea que habite el universo: Por ordenar el tiempo de la manera más exacta para realizar este proyecto dándome una lección de vida y de esta manera permitir que me convierta en una mejor profesional.
- A mi madre: Porque no hay nadie en el mundo que crea más en mí que ella, ni siquiera yo misma. Por retarme siempre y hacerme ver que puedo superar incluso mis propios límites.
- A mis hermanas: Por enseñarme a no rendirme.
- A mis sobrinas y sobrinos: Por motivarme a ser un buen ejemplo.
- A mi familia en general: Por su compañía y apoyo.
- A mis amigas: Porque en sororidad me abrazaron durante todo este año de retos.
- A BTS: Porque la música también motiva y abraza.

AGRADECIMIENTOS:

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por brindarle a miles de jóvenes como yo la oportunidad de acceder a educación superior.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación y todos los docentes que fueron parte de mi formación académica.

Al Lic. Luis Pedroza por brindarle a los estudiantes el apoyo para poder realizar el Ejercicio Profesional Supervisado.

A la M.A. Evelin Hernández, por su asesoría y apoyo constante en cada una de las etapas de este proyecto.

Al equipo de Radio SÓNICA 106.9 FM por su colaboración e interés en cada acción realizada.

A mi amiga Diana Solís por acompañarme en cada etapa de este proceso y motivarme a dar este paso para finalizar mi carrera universitaria.

INDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPÍTULO I	1
1.DIAGNÓSTICO: PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE RADIO SÓNICA 106.9 FM	1
1.1. Objetivos del diagnóstico:	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos	1
1.2. LA INSTITUCIÓN: RADIO SÓNICA 106.9 FM	1
1.2.1 Ubicación geográfica:	1
1.2.2. Integración y Alianzas estratégicas:	2
1.2.3. Antecedentes	2
1.2.4. Departamentos o dependencias	3
1.2.5. Misión	4
1.2.6. Visión	4
1.2.7. Objetivos Institucionales	4
1.2.8. Público Objetivo.....	5
1.2.9. Organigrama.....	5
1.3. METODOLOGÍA:	5
1.3.1 Descripción del Método	6
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	6
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico:	7
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS:	8
1.4.1. Resultados de la Observación.....	8
1.4.2. Resultados de las entrevistas	9
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados	14
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN:	16
1.5.1. Fortalezas	16
1.5.2. Oportunidades	16
1.5.3. Debilidades.....	16
1.5.4. Amenazas	16
CAPÍTULO II	17

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	17
2.1. Antecedentes comunicacionales.....	17
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	17
2.2.1. Objetivo general	17
2.2.2. Objetivos Específicos.....	17
2.3. PÚBLICO OBJETIVO	18
2.4. MENSAJE	18
2.5. ESTRATEGIA	18
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN	19
CAPÍTULO III	24
3.INFORME DE EJECUCIÓN	24
3.1. PROYECTO DESARROLLADO	24
3.1.1. Financiamiento	24
3.1.2. Presupuesto.....	24
3.1.3. Beneficiarios.....	25
3.1.4. Recursos Humanos.....	25
3.1.5. Áreas Geográficas de Acción.....	26
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS	27
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	37
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO	38
CONCLUSIONES	40
RECOMENDACIONES	41
GLOSARIO DE TÉRMINOS	42
BIBLIOGRAFÍA	45
E GRAFÍA	46
ANEXOS	47
Fotografías	57
Manual de estilo.....	66
CAPÍTULO 1 ¿QUÉ HAY EN ESTE MANUAL?	2
¿Para qué puede servirme?	2
CAPÍTULO 2 PROGRAMAS	5
¿Conoces a Omar y Rosita?.....	5
Empecemos por la locución ¿Cómo hablamos en SÓNICA?	14

Cómo decir las cosas de una forma más cool.....	14
¿Cómo puedo crear nuevos segmentos?.....	24
Además de la Intro ¿Qué elementos de producción necesita mi programa?.....	24
Ahora vamos con la personalidad de tu programa:	25
Ya tengo las ideas ¿Cómo las pongo en un guion?	26
Todo lo que necesitas saber sobre el manejo de tiempo de tu programa está aquí:.....	28
CAPITULO 3 AL AIRE	32
¿Cómo presento la radio?.....	32
¿Qué hago con las entrevistas?	32
CAPITULO 4 INVITADOS	44
Te presentamos el semáforo de los invitados:.....	44
¿Cómo interactuar en redes sociales desde la cabina?	48
CAPITULO 6 TERMINOS ESPECÍFICOS	52
BIBLIOGRAFÍA.....	54
ANEXOS	56

RESUMEN

Con el objetivo de identificar las deficiencias de comunicación interna de Radio SÓNICA 106.9 FM se realizó un diagnóstico comunicacional en el que fue posible observar cómo estas deficiencias afectan negativamente el flujo de información en los procesos de comunicación.

De acuerdo con las entrevistas realizadas al equipo de trabajo de esta emisora y según las necesidades que previamente ellos habían manifestado se creó una estrategia para lograr el fortalecimiento de la comunicación interna a través de la actualización del manual de estilo de Radio SÓNICA 106.9 FM.

Con esta estrategia se logró integrar la experiencia de cada una de las conductoras de los programas de la emisora con los nuevos lineamientos que fueron propuestos por el jefe de redacción para facilitar el procedimiento de capacitación de los nuevos integrantes del equipo de trabajo.

Para lograrlo se realizó un taller en el que se definió el contenido del manual y además se asignó a la persona encargada de un buzón de sugerencias para la recepción de retroalimentación sobre el contenido y manejo de los programas.

La estrategia y acciones fueron llevadas a cabo durante un proceso de transición en el que su equipo creció y se manifestó aún más la necesidad de contar con un manual de estilo que pueda servir como guía para quienes empiezan a trabajar en la radio y puedan estar en sintonía con el resto del personal que lleva más tiempo laborando en el lugar y que ya conoce aspectos como las líneas editoriales y al público objetivo de este medio de comunicación.

IINTRODUCCIÓN

Radio SÓNICA 106.9 FM ha estado el aire desde 2015 trabajando distintos proyectos de comunicación entre los que se incluyen sus programas radiales. El crecimiento de sus actividades y participación en distintos proyectos y el crecimiento de su equipo de colaboradores ha permitido que sus programas evolucionen hasta lo que son hoy.

Con el tiempo las experiencias de trabajo habían sumado distintas formas de trabajo que no estaban incluidas en su manual de estilo por lo que este no representaba una guía o fuente de apoyo que aporte a la creación de nuevos materiales y programas.

Debido al crecimiento en sus actividades el tiempo dedicado a la actualización de sus manuales se redujo, por esto, en este proyecto comunicacional se propuso una estrategia y un conjunto de tres acciones que permitieron la actualización de este material.

Este proyecto fue realizado de enero a julio de 2019 como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la sede central de la Asociación de Servicios Educativos y Culturales (ASEC) en la que se encuentra ubicada Radio SÓNICA 106.9 FM como una de las obras de esta asociación y que además trabaja en conjunto con Deutsche Welle Akademi.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto de comunicación fue realizado para definir las estrategias y acciones para la mejora del proceso de comunicación interna al momento de crear y producir material audiovisual para los programas de Radio SÓNICA 106.9 FM.

Con esta estrategia y el conjunto de acciones el objetivo planteado fue lograr que el equipo de trabajo de la emisora pueda tener acceso a un material de consulta en el que se basan sus ideas y propuestas nuevas de trabajo.

Para la realización de este trabajo se tomaron en cuenta las experiencias en las distintas áreas involucradas para construir a través del conocimiento de cada integrante del equipo un nuevo material de apoyo que les permitirá que los nuevos integrantes del equipo de trabajo también sean capaces de crear productos audiovisuales según el estilo establecido de la emisora.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO: PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE RADIO SÓNICA 106.9 FM

1.1. Objetivos del diagnóstico:

1.1.1. Objetivo General

Identificar las deficiencias de comunicación interna de radio SÓNICA 106.9 FM que ya existen y los potenciales problemas que estas ocasionan en el flujo de comunicación.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Explorar las experiencias del equipo de trabajo de Radio SÓNICA 106.9 FM en los procesos actuales de comunicación interna de la emisora.
- Detectar los problemas de comunicación interna en los diferentes departamentos de la emisora.

1.2. LA INSTITUCIÓN: RADIO SÓNICA 106.9 FM

1.2.1 Ubicación geográfica:

Radio SÓNICA 106.9 FM está ubicada en las instalaciones centrales de la Asociación de Servicios Educativos y Culturales ASEC 11 av. 18-45 zona 2 Ciudad Nueva Guatemala, Guatemala



1.2.2. Integración y Alianzas estratégicas:



2 IMAGEN: SÓNICA 106.9 FM

1.2.3. Antecedentes

Sónica 106.9, es una emisora que fue específicamente creada por la Asociación de Servicios Educativos y Culturales -ASEC-.

ASEC cuenta actualmente con tres emisoras: Sónica 106.9 FM, El Maestro en Casa 820 AM y Radio Sayaxché 91.7. Su primer obra fue fundada hace 40 años, este es el Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica IGER bajo el concepto de institución y se ha sostenido por ya más de tres décadas. Sus inicios estuvieron inspirados por el sacerdote jesuita Padre Franz von Tattenbach, un jubilado alemán que vio en Centroamérica la oportunidad de desarrollar programas educativos de fácil acceso. Las clases radiales son transmitidas por las tres frecuencias de ASEC.

SÓNICA 106.9 FM nació como FM UY UY UY! pero gracias al apoyo de Deutsche Welle Akademie de Alemania y un cambio de formato que fue propuesto, nació el proyecto de una radio joven que funciona como plataforma de comunicación para la libre expresión, cultura, educación y entretenimiento.

1.2.4. Departamentos o dependencias

Dirección General: Se encarga de todas las gestiones administrativas de Sónica 106.9FM, papeleo de contrataciones, gestión de procesos y dirige de forma general todos los proyectos en los que está involucrada la emisora, además de mantener la comunicación con los aliados.

Comunicación digital: Crea contenido para redes sociales, materiales audiovisuales específicos que son útiles para la presentación institucional de la emisora y también realiza estrategias digitales que sirven de apoyo a las áreas de relaciones públicas y mercadeo.

Relaciones Públicas y Mercadeo: Es el contacto directo con las personas, instituciones u organizaciones que necesiten información de la radio, que tengan interés en pautar, en dar a conocer un tema o para gestionar pautas. De igual forma se encarga de contactar agencias de publicidad para mostrarles el proyecto de la radio y fortalecer relaciones con instituciones.

Mesa de redacción: espacio de *coworking* o trabajo cooperativo, en el que se ponen en común las ideas y aportes de los distintos departamentos para la planificación y ejecución de proyectos y contenido multimedia.

El equipo de trabajo se distribuye de este modo en un mismo espacio físico con el objetivo de desarrollar proyectos profesionales, con la ayuda de expertos en cada una de las áreas de trabajo de la emisora fomentando la colaboración y trabajo participativo.

(Think&Start, 2014)

Locución: Área dedicada a la emisión del contenido a través de la radio preparado previamente en la mesa de redacción, además de las producciones realizadas con antelación para que las y los oyentes de Sónicas se informen, se expresen libremente y analicen la información y puntos de vista de forma crítica para la construcción de ciudadanía.

Producción: Crea material audible que es utilizado en la programación de radio SÓNICA 106.9 FM.

Cabina espacial: permite el contacto entre la radio y el público objetivo a través de visitas a centros educativos en los que realizan actividades que promueven la alfabetización mediática e informacional de los jóvenes.

Área técnica y de programación: se encarga del mantenimiento e instalación de todo el equipo técnico de la radio, además es aquí donde se crea la programación musical y de pauta comercial.

1.2.5. Misión

Ser un medio de comunicación que busca incidir positivamente en los jóvenes de Guatemala promoviendo valores a través del entretenimiento y la libre expresión.

1.2.6. Visión

Dentro de los próximos 10 años, SÓNICA 106.9 FM, será el medio de comunicación de mayor incidencia en los jóvenes de Guatemala, generando espacios de participación, libre expresión y contenidos innovadores y de calidad que favorezcan el desarrollo integral de la sociedad.

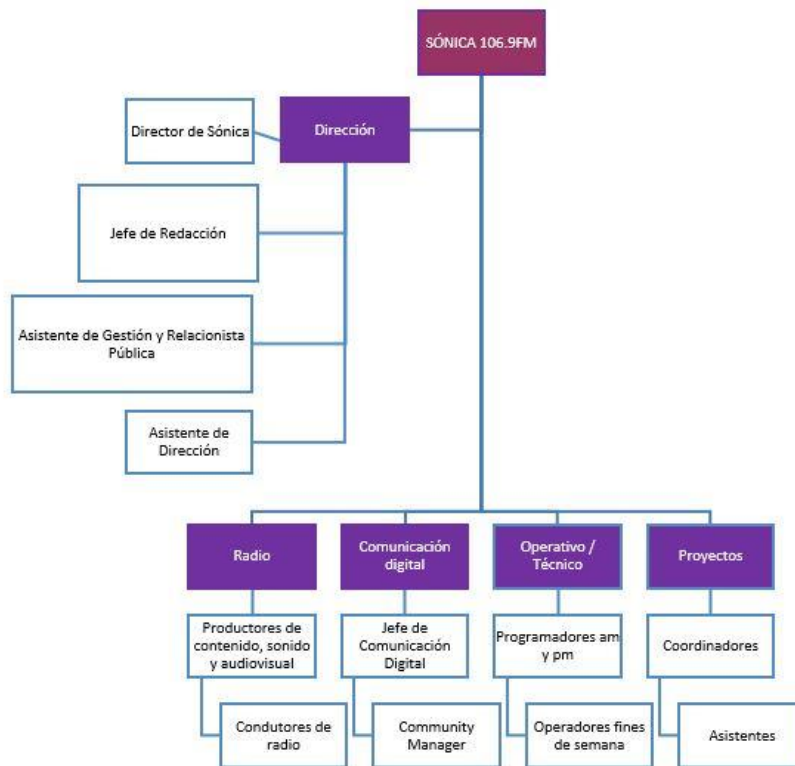
1.2.7. Objetivos Institucionales

Con el objetivo de convertirse en un medio de comunicación que incida en la juventud guatemalteca, SÓNICA 106.9 FM promueve a través de su programación el desarrollo integral de los jóvenes ciudadanos del país por medio de la cultura y la educación.

1.2.8. Público Objetivo

Son jóvenes entre 13 y 20, que viven en sectores vulnerables de las ciudades de los departamentos de Guatemala y Sacatepéquez, cuyos ingresos económicos familiares limitan sus oportunidades de desarrollo

1.2.9. Organigrama



3 IMAGEN: SÓNICA 106.9 FM

1.3. METODOLOGÍA:

La metodología que se utilizó en la realización de este diagnóstico de comunicación tiene un enfoque cualitativo por medio del cual se pudo observar y analizar la dinámica de trabajo y los procesos de comunicación del equipo de Radio SÓNICA 106.9 FM.

1.3.1 Descripción del Método

Según Roberto Hernández Sampieri, el enfoque cualitativo de la investigación es en el cual “el investigador se introduce en las experiencias de los participantes y construye el conocimiento, siempre consciente de que es parte del fenómeno estudiado. Así, en el centro de la investigación está situada la diversidad de ideologías y cualidades únicas de los individuos” (Sampieri, 2014)

Este enfoque permite identificar los problemas de comunicación específicos de cada área y cómo se conectan entre sí y también evidencia su impacto en el trabajo de cada uno de los integrantes del equipo de la emisora

“Los objetivos de la investigación cualitativa pueden dividirse en cinco grupos generales; adoptar una actitud abierta al aprendizaje, detectar los procedimientos que exige cada momento, presentar una visión detallada, centrarse en el individuo y comprender las circunstancias del entorno.

La comprensión y aceptación de estos objetivos de la investigación cualitativa permitirán al investigador utilizar de forma efectiva los métodos cualitativos para explorar los fenómenos sociales naturales sin perder de vista el contexto en el cual ocurren.” (Juan Luis Álvarez-Gayou Jurgenson, s.f.)

1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

Observación:

Esta etapa de observación fue participativa. Según Michael Angrosino (2012) en la observación participativa el investigador se involucra en la dinámica cotidiana de la comunidad o grupo que se observa. En esta observación es fundamental que el grupo observado identifique al investigador como parte de su propia dinámica.

Durante una semana se realizó la etapa de observación para identificar desde un punto de vista externo los posibles problemas de comunicación interna que interfieren en la labor de cada uno de los departamentos de trabajo de Radio SÓNICA 106.9 FM.

Entrevista:

Con las entrevistas fue posible una interacción más cercana con cada una de las personas, Kvale, S. (2011) “La entrevista en la investigación cualitativa es un lugar donde se construye el conocimiento.” (p. 30)

En la siguiente etapa el instrumento que se utilizó para la recolección de datos en este diagnóstico de comunicación fue la entrevista cualitativa. Esta puede definirse como “una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (Sampieri, 2014)

De esta manera la observación permitió crear las fichas para las entrevistas realizadas facilitando el descubrimiento de las dificultades comunicacionales que actualmente forman parte de la dinámica cotidiana del equipo de la emisora.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico:

Actividades	Inicio	Fin	Duración	Enero			Febrero	
				Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 1	Semana 2
Asistencia a curso propedéutico de EPS	14-01-2019	18-01-2019	1 semana					
Solicitud de material institucional	21-01-2019	26-01-2019	1 semana					
Etapa de observación	28-01-2019	01-02-2019	1 semana					
Entrevistas con el equipo de trabajo de radio SÓNICA 106.9 FM	04-02-2019	08-02-2019	1 semana					
Análisis de las entrevistas	08-02-2019	10-02-2019	3 días					
Entrega del diagnóstico	12-02-2019	12-02-2019	1 día					

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS:

1.4.1. Resultados de la Observación

La recopilación de datos se realizó a partir de la semana de observación comprendida del 28 de enero al 1 de febrero de 2019. También se realizaron entrevistas con parte del equipo de trabajo de Radio SÓNICA 106.9 FM.

Durante esta semana se llevó a cabo la observación participativa interactuando con el equipo de la emisora en sus diferentes áreas. De esta manera fue posible ver y experimentar la convivencia y comunicación en cada uno de los departamentos con los que cuenta.

La mayor parte de la observación se realizó en el área de Mesa de Redacción de la emisora, que es el espacio de trabajo compartido en el que interactúan el director general, el jefe de redacción, el departamento de comunicación digital, el departamento de relaciones públicas, la coordinadora de Cabina Espacial y el equipo de locutoras y productoras de los programas de radio.

Al ser una forma de trabajo y convivencia nueva que inició este año se pudo observar que los integrantes del equipo de trabajo aún no están familiarizados con la convivencia en una misma oficina.

También se observó que el trabajar en un mismo espacio les facilita el intercambio de ideas y la resolución de dudas de forma inmediata puesto que no es necesario moverse de un espacio a otro para compartir o preguntar.

La actitud de equipo y su convivencia es buena la mayoría del tiempo, se comunican de manera agradable e intentan coordinar cada una de sus actividades; sin embargo, en muchos puntos del día pueden llegar a aislarse buscando concentrarse en sus tareas y dejan de prestar atención a lo que pasa alrededor.


En cuanto a su contenido y líneas editoriales, se tiene claridad en cuáles son sus objetivos y constantemente están proponiendo ideas nuevas, pero no llegan a concretarse. En algunos casos se tiene poca claridad sobre la función de cada persona que participa en esta dinámica y eso puede llegar a complicar el trabajo de las demás personas y sucede con más frecuencia cuando nuevas personas se unen al equipo de trabajo sin conocer su método de trabajo.


1.4.2. Resultados de las entrevistas

Los entrevistados fueron: Jennifer Velásquez, encargada del departamento de relaciones públicas y mercadeo; Sara Martínez, encargada del departamento de comunicación digital; Adriana López, coordinadora del proyecto de Cabina Espacial; Edgar Zamora, jefe de redacción; Cristian Galicia, director general; Doménica Marín, productora y Melani Coyoy, locutora de la emisora.

Estas entrevistas incluían preguntas abiertas que permitieron que los participantes compartieran sus experiencias y relataran su percepción de los procesos de comunicación interna de Radio SÓNICA 106.9 FM.

Se realizaron entrevistas de profundidad con una guía estructurada que constaba de tres preguntas abiertas:

<p>UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA</p> 
<p style="text-align: center;">FICHA DE ENTREVISTA</p>
<p>Fecha: _____ Hora: _____ Lugar: _____</p>
<p>Entrevistador: Andrea Castro Entrevistado: (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento)</p>
<p>Introducción: esta es una entrevista para el Ejercicio Profesional Supervisado 2019, la información servirá para explorar los problemas de comunicación que puedan existir en Radio SÓNICA 106.9 FM y la posterior realización de un diagnóstico de comunicación.</p>
<p>Características de la entrevista: Confidencial con duración de 10 a 15 minutos.</p>
<p>Preguntas:</p>
<ol style="list-style-type: none">1. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106 9 FM?2. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?3. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

<p>UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA</p> 
<p>FICHA DE ENTREVISTA</p>

Fecha: __6/02/2019__ **Hora:** __10:00 a.m.____

Lugar: Instalaciones Radio SÓNICA 106.9 FM, 11 av. 18-45 zona 2 Ciudad Nueva, Guatemala, Guatemala

Entrevistador: Andrea Castro

Entrevistado: Jennifer Velásquez, departamento de Relaciones Públicas y Mercadeo

Introducción: esta es una entrevista para el Ejercicio Profesional Supervisado 2019, la información servirá para explorar los problemas de comunicación que puedan existir en Radio SÓNICA 106.9 FM y la posterior realización de un diagnóstico de comunicación.

Características de la entrevista: confidencial, con duración de 10 a 15 minutos.

Preguntas:

1. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?
2. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?
3. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

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



FICHA DE ENTREVISTA

Fecha: __6/02/2019__ **Hora:** __10:00 a.m.____

Lugar: Instalaciones Radio SÓNICA 106.9 FM, 11 av. 18-45 zona 2 Ciudad Nueva, Guatemala, Guatemala

Entrevistador: Andrea Castro

Entrevistado: Sara Martínez, departamento de comunicación digital

Introducción: esta es una entrevista para el Ejercicio Profesional Supervisado 2019, la información servirá para explorar los problemas de comunicación que puedan existir en Radio SÓNICA 106.9 FM y la posterior realización de un diagnóstico de comunicación.

Características de la entrevista: confidencial, con duración de 10 a 15 minutos.

Preguntas:

4. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?
5. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?
6. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

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



FICHA DE ENTREVISTA

Fecha: __6/02/2019__ **Hora:** __10:00 a.m.____

Lugar: _Instalaciones Radio SÓNICA 106.9 FM, 11 av. 18-45 zona 2 Ciudad Nueva, Guatemala, Guatemala

Entrevistador: Andrea Castro

Entrevistado: Adriana López, Coordinadora de Cabina Espacial

Introducción: esta es una entrevista para el Ejercicio Profesional Supervisado 2019, la información servirá para explorar los problemas de comunicación que puedan existir en Radio SÓNICA 106.9 FM y la posterior realización de un diagnóstico de comunicación.

Características de la entrevista: confidencial, con duración de 10 a 15 minutos.

Preguntas:

7. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?
8. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?
9. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

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



FICHA DE ENTREVISTA

Fecha: __6/02/2019__ **Hora:** __10:00 a.m.____

Lugar: _Instalaciones Radio SÓNICA 106.9 FM, 11 av. 18-45 zona 2 Ciudad Nueva, Guatemala, Guatemala

Entrevistador: Andrea Castro

Entrevistado: Doménica Marín, Productora

Introducción: esta es una entrevista para el Ejercicio Profesional Supervisado 2019, la información servirá para explorar los problemas de comunicación que puedan existir en Radio SÓNICA 106.9 FM y la posterior realización de un diagnóstico de comunicación.

Características de la entrevista: confidencial, con duración de 10 a 15 minutos.

Preguntas:

10. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?
11. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?
12. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

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



FICHA DE ENTREVISTA

Fecha: __6/02/2019__ **Hora:** __10:00 a.m.____

Lugar: _Instalaciones Radio SÓNICA 106.9 FM, 11 av. 18-45 zona 2 Ciudad Nueva, Guatemala, Guatemala

Entrevistador: Andrea Castro

Entrevistado: Melani Coyoy, locutora

Introducción: esta es una entrevista para el Ejercicio Profesional Supervisado 2019, la información servirá para explorar los problemas de comunicación que puedan existir en Radio SÓNICA 106.9 FM y la posterior realización de un diagnóstico de comunicación.

Características de la entrevista: confidencial, con duración de 10 a 15 minutos.

Preguntas:

13. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?
14. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?
15. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

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



FICHA DE ENTREVISTA

Fecha: __6/02/2019__ **Hora:** __10:00 a.m.____

Lugar: _Instalaciones Radio SÓNICA 106.9 FM, 11 av. 18-45 zona 2 Ciudad Nueva, Guatemala, Guatemala

Entrevistador: Andrea Castro

Entrevistado: Edgar Zamora, Jefe de redacción

Introducción: esta es una entrevista para el Ejercicio Profesional Supervisado 2019, la información servirá para explorar los problemas de comunicación que puedan existir en Radio SÓNICA 106.9 FM y la posterior realización de un diagnóstico de comunicación.

Características de la entrevista: confidencial, con duración de 10 a 15 minutos.

Preguntas:

16. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?
17. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?
18. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

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



FICHA DE ENTREVISTA

Fecha: __6/02/2019__ **Hora:** __10:00 a.m. __

Lugar: _Instalaciones Radio SÓNICA 106.9 FM, 11 av. 18-45 zona 2 Ciudad Nueva, Guatemala, Guatemala

Entrevistador: Andrea Castro

Entrevistado: Cristian Galicia, Director

Introducción: esta es una entrevista para el Ejercicio Profesional Supervisado 2019, la información servirá para explorar los problemas de comunicación que puedan existir en Radio SÓNICA 106.9 FM y la posterior realización de un diagnóstico de comunicación.

Características de la entrevista: confidencial, con duración de 10 a 15 minutos.

Preguntas:

19. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?
20. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?
21. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

También se realizó una entrevista con el jefe de redacción y el director general de Radio SÓNICA 106.9 FM en la que ellos sugirieron temas y pusieron en común sus ideas en cuanto a los problemas de comunicación interna que actualmente se enfrentan.

Al realizar estas entrevistas se evidenció que existen distintos problemas de comunicación interna, estos son:

- La comunicación interna de Radio Sónica no tiene un flujo continuo lo que dificulta la ejecución de las ideas propuestas en sus reuniones semanales y mensuales.
- La emisora no cuenta con algún documento que especifique la manera en la que se abordan los temas para que puedan encajar con sus líneas editoriales de trabajo lo que en ocasiones afecta la producción de contenido multimedia.
- El equipo de la emisora tiene una actitud de cooperación e iniciativa para realizar su trabajo a pesar de los obstáculos antes mencionados.

1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Departamento o dependencia	Principales problemas	Puntos de encuentro	Puntos de disenso
Relaciones públicas y mercadeo	Al ser una radio con pocos años de trayectoria dificulta el crear nuevos lazos y alianzas porque no se tiene un nivel alto de credibilidad para otras instituciones o empresas con las que se desee trabajar.	El equipo de trabajo es integrado por pocas personas y eso no permite poder tener una presencia de marca fuerte en eventos y actividades. No se cuenta con los recursos necesarios para poder asistir a estos eventos.	Si hay claridad en los procesos y responsabilidades.
Comunicación digital	No se tiene una idea clara sobre las funciones de cada integrante del equipo en la creación de contenido digital multimedia.	No existe una conexión directa entre el contenido de redes sociales y radio y el enfoque que debe dársele a cada tema según las líneas editoriales.	
Cabina Espacial	Hace falta darle seguimiento a la ejecución de las ideas que son propuestas en reuniones		

Producción	No se tienen establecidas prioridades en cuanto a las necesidades de producción y esto dificulta respetar los tiempos ya planificados.	Falta de tiempo para organizar las actividades y puedan realizarse de forma eficiente.	
Dirección general	Hace falta un documento que permita que el estilo de SÓNICA pueda ser fácilmente comunicado a personal nuevo.		
Jefe de redacción	Es necesario un manual que defina el estilo de radio y plataforma multimedia que es SÓNICA que permita que el trabajo pueda continuar realizándose con coherencia.		
Locución	El trabajo depende mucho de lo que otras personas hacen y no se tiene claridad en lo que debe hacerse para que la comunicación pueda ser eficiente y se completen con éxito los procesos.		

1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN:

1.5.1. Fortalezas

- Buen ambiente laboral
- Espacios de trabajo adecuados en cada una de las áreas
- Conocimiento de las necesidades del público objetivo
- Creatividad y buena voluntad para la realización de nuevos proyectos
- Buena calidad en el material audiovisual que se produce
- Conocimiento de sus valores y líneas editoriales

1.5.2. Oportunidades

- Al ser un medio de comunicación joven es posible ajustar el plan de trabajo
- El estilo de Radio SÓNICA 106.9 FM es innovador y puede modificarse según sus necesidades

1.5.3. Debilidades

- Equipo de trabajo pequeño
- Poca claridad en los procesos
- Falta de organización del tiempo para cada una de las tareas

1.5.4. Amenazas

- Conflictos entre los colaboradores debido a la falta de organización
- Ingreso de nuevo personal que no tenga claro el método de trabajo y estilo de la emisora.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. Antecedentes comunicacionales

Radio SÓNICA 106.9 FM creó su primer manual de estilo durante 2015 (SÓNICA, 2015) en su primer año al aire, este manual cuenta con 2 diferentes secciones que incluyen el área técnica enfocada en el uso correcto del equipo con el que cuenta la cabina de transmisión, el área de programación, selección de música y estructura de los programas que existían entonces.

En este primer manual de estilo no se incluyó el área de locución y producción de contenido para los programas de radio, sus distintas segmentos o producción mínima para cada uno de ellos.

Tampoco se menciona al público objetivo y la manera en la que el equipo de locutoras y locutores debe comunicarse a través de redes sociales y demás vías de comunicación.

2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

2.2.1. Objetivo general

Integrar al equipo de Radio SÓNICA 106.9 FM el estilo de locución y producción para sus programas de radio.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Definir el estilo de locución y producción de los programas de radio sónica 106.9 FM
- Actualizar el manual de estilo que ya existe.
- Crear un espacio para la constante recepción de retroalimentación de estas áreas.

2.3. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de este plan de comunicación es interno, es decir, los integrantes del equipo de trabajo (Capriotti, 1994) de radio sónica 106.9 FM. Los departamentos de locución, producción y comunicación digital serán el público en el que se centrará este plan.

2.4. MENSAJE

Transformar para seguir creando

2.5. ESTRATEGIA

Fortalecimiento de la comunicación interna a través de la actualización del manual de estilo de Radio SÓNICA 106.9 FM.

Con esta estrategia se logrará integrar la experiencia de cada una de las conductoras de los programas de la emisora con los nuevos lineamientos que sean propuestos por el jefe de redacción para facilitar el procedimiento de capacitación de los nuevos integrantes del equipo de trabajo.

Participación: el aporte de experiencias e ideas nuevas cada integrante del equipo de trabajo será el primer eje estratégico. De este modo se logrará que este nuevo material refleje el estilo de radio que actualmente trabajan.

Estructura: el segundo eje se centrará en describir de manera concreta el estilo de los programas de radio y la producción de los mismos facilitando el proceso de creación de nuevos materiales.

2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Acción 1	
A qué estrategia corresponde la acción	Fortalecimiento de la comunicación interna a través de la actualización del manual de estilo de Radio SÓNICA 106.9 FM.
Problema	Durante los 4 años de la emisora ha estado al aire no se ha hecho una reunión de mesa de redacción dedicada a escuchar las experiencias de las locutoras y los posibles aportes y recomendaciones que puedan beneficiar el proceso de creación y comunicación en esta área de trabajo.
Producto	Taller
Objetivo comunicacional	Escuchar y proponer los cambios que deben realizarse al manual de estilo de los programas de radio sónica 106.9 FM.
Público objetivo	Locutoras, productoras y equipo de comunicación digital
Medio de difusión	

ACTIVIDAD	OBJETIVOS	INCENTIVOS
Creación del nuevo manual de estilo de locución y producción de Radio SÓNICA 106.9 FM	<p>Conocimiento: los participantes comparten sus experiencias sobre el estilo de locución y producción de los programas de Radio SÓNICA 106.9 FM</p> <p>Habilidad: los participantes identifican con claridad el estilo de locución y producción de los programas de Radio SÓNICA 106.9 FM</p> <p>Actitud: los participantes crean materiales audiovisuales apegados al estilo de locución y producción de los programas de Radio SÓNICA 106.9 FM</p>	Todos sus aportes formarán parte del contenido del manual.

Hora:	13:00 horas
Lugar:	Instalaciones de ASEC 11 av. 18-45 zona 2 Ciudad Nueva
Expositor:	Andrea Castro
Tema	Manual de estilo de locución y producción de Radio SÓNICA 106.9 FM

Acción 2	
A qué estrategia corresponde la acción	Fortalecimiento de la comunicación interna a través de la actualización del manual de estilo de Radio SÓNICA 106.9 FM.
Problema	El manual de estilo de locución y producción de los programas de la emisora se hizo al inicio del proyecto, debido a que con el tiempo el estilo y formatos de radio han cambiado es necesario actualizarlo porque la ausencia de un manual de estilo hace mucho más complejo el proceso de creación y comunicación de nuevos proyectos pues no se tiene una base como referencia para realizar estos trabajos.
Producto	Manual de estilo de locución y producción
Objetivo comunicacional	Definir el estilo de locución y producción de los programas de radio sónica 106.9 FM.
Público objetivo	Equipo de locutoras, productoras y departamento de comunicación digital involucrado en la producción de material audiovisual de apoyo para los programas de la emisora.
Medio de difusión	Documento PDF disponible para descarga. Documento impreso por cada área involucrada

Tabla de contenidos del manual de estilo de locución y producción de los programas de radio
sónica 106.9 FM.

CAPÍTULO 1. 1

¿Qué hay dentro de este manual?

¿Para qué puede servirme?

CAPÍTULO 2 PROGRAMAS

¿Conoces a Omar y Rosita?

¿Conoces nuestras líneas editoriales? Pueden ayudarte a crear

Empecemos por la locución ¿Cómo hablamos en SÓNICA?

Cómo decir las cosas de una forma más cool

¿Cómo puedo crear nuevos segmentos?

Además de la Intro ¿Qué elementos de producción necesita mi programa?

Ya tengo las ideas ¿Cómo las pongo en un guion?

Todo lo que necesitas saber sobre el manejo de tiempo de tu programa está aquí:

CAPÍTULO 3 AL AIRE

¿Cómo presento la radio?

¿Qué hago con las entrevistas?

CAPÍTULO 4 INVITADOS

Te presentamos el semáforo de los invitados

CAPÍTULO 5 REDES SOCIALES

¿Cómo interactuar en redes sociales desde la cabina?

CAPÍTULO 6 TÉRMINOS ESPECÍFICOS

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

Acción 3

A qué estrategia corresponde la acción	Fortalecimiento de la comunicación interna a través de la actualización del manual de estilo de Radio SÓNICA 106.9 FM.
Problema	Los constantes cambios en la forma de producir programas de radio y material audiovisual
Producto	Buzón de sugerencias
Objetivo comunicacional	Recepción de retroalimentación y nuevas propuestas
Público objetivo	Locutoras, productoras y equipo de comunicación digital
Medio de difusión	Buzón físico colocado en el área de mesa de redacción. Este buzón estará a cargo de Melany Coyoy, quien es la encargada de revisar el contenido de los programas y será revisado una vez por semana durante las reuniones de mesa de redacción.

CAPÍTULO III

3.INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. PROYECTO DESARROLLADO

Plan de Comunicación Interna para Radio SÓNICA 106.9 FM

3.1.1. Financiamiento

Financiamiento	Monto
Epesista	Q 5,182.00
Total:	Q 5,182.00

3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total	Financiamiento
1	Impresión de manual, full color	Q 108.00	Q 108.00	Epesista
1	Caja de madera para el buzón de sugerencias	Q 24.00	Q 24.00	Epesista
2	Bloques de 500 hojas (post it)	Q 16.00	Q 32.00	Epesista
1	Kit de 5 lapiceros	Q 10.00	Q 10.00	Epesista
1	Set de pegatinas	Q 8.00	Q 8.00	Epesista
1	Asesoría comunicacional	Q 1,000.00	Q 1,000.00	Epesista
1	Servicios profesionales para la realización	Q 1,000.00	Q 1,000.00	Epesista
1	Servicios profesionales para la realización del manual de estilo.	Q 3,000.00	Q 3,000.00	Epesista
	Total del proyecto:		Q 5,182.00	Epesista
	Andrea eunice castro monterroso 16 de julio de 2019			

3.1.3. Beneficiarios

- Equipo de trabajo de Radio SÓNICA 106.9 FM
- Radio escuchas y usuarios de redes sociales que interactúan con los conductores y conductoras de la radio y que comparten el contenido de los programas.

3.1.4. Recursos Humanos

Integrante del equipo	Aporte
Taller de creación	
Sara Martínez	Aporte de experiencias y sugerencias para el manual de estilo.
Melani Coyoy	Aporte de experiencias y sugerencias para el manual de estilo.
Diana Solís	Aporte de experiencias y sugerencias para el manual de estilo.
Edgar Zamora	Aporte de experiencias y sugerencias para el manual de estilo.
Cristian Galicia	Aporte de experiencias y sugerencias para el manual de estilo.
Andrea Castro	Moderadora del taller de creación del contenido que se incluyó en la versión actualizada del manual de estilo de la emisora.
Manual de estilo	
Belén Pac	Aporte para la definición de los conceptos que se incluyeron en el glosario de términos del manual de estilo en la temática de Multiculturalidad.
Diego Melendreras	Aporte para la definición de los conceptos que se incluyeron en el glosario de términos del manual de estilo a cerca de la comunidad LGTBIQ.
Gersom Gamboa	Aporte para la definición de los conceptos que se incluyeron en el glosario de términos del manual de estilo a cerca de la comunidad LGTBIQ.
Andrea Castro	Redacción y edición del manual de estilo.
Buzón de sugerencias	
Melani Coyoy	Encargada de revisar semanalmente los comentarios y sugerencias en ese buzón.
Sara Martínez	Elaboración de papelógrafos con el reglamento de retroalimentación para este buzón de sugerencias.
Miembros del equipo de trabajo de Radio SÓNICA 106.9	En la reunión de entrega de este material se sistematizó el reglamento de retroalimentación con el aporte de cada uno y cada una definiendo la forma en la que se redactarán los comentarios y sugerencias que serán depositadas en este buzón. También se definió la manera en la que las personas a quienes va dirigida la retroalimentación deben poner en práctica las mejoras.
Andrea Castro	La epesista creó el buzón de sugerencias con los materiales necesarios para facilitar al equipo de trabajo la emisión de comentarios que serán depositados en este espacio.

3.1.5. Áreas Geográficas de Acción

La ejecución de esta estrategia de comunicación fue llevada a cabo en las instalaciones de Radio SÓNICA 106.9 FM, ubicada en la 11 av. 18-45 zona 2 Ciudad Nueva, Guatemala, Guatemala.

3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS

Estrategia: Fortalecimiento de la comunicación interna a través de la actualización del manual de estilo de Radio SÓNICA 106.9 FM.

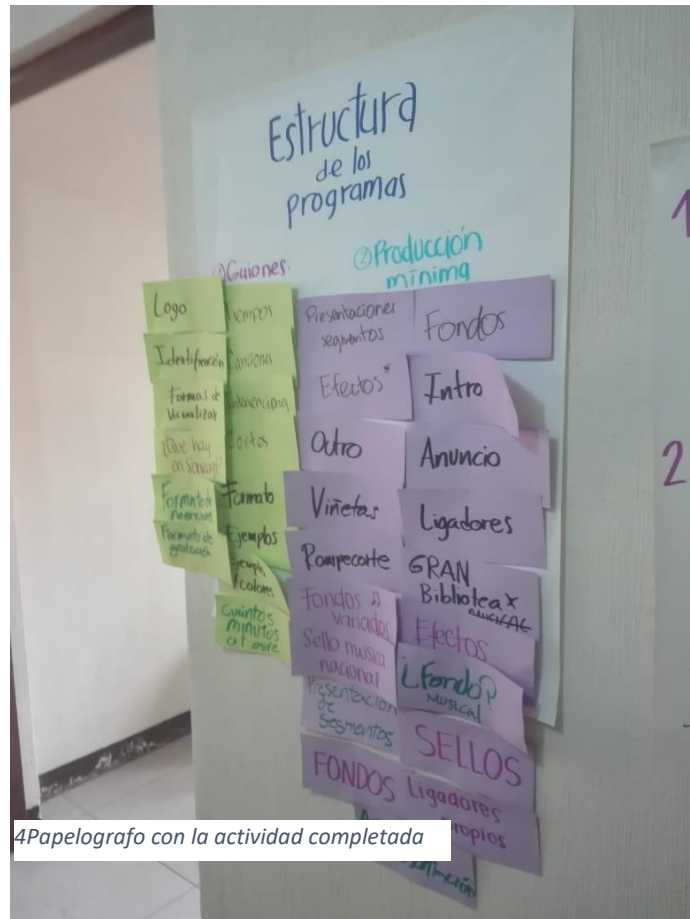
Acción 1: Taller para escuchar y proponer los cambios que deben realizarse al manual de estilo de los programas de radio sónica 106.9 FM.

Título del taller: Creación del Manual de estilo de locución y producción de Radio SÓNICA 106.9 FM

Presentación: ¿Qué vamos a hacer y para qué?

Tema: Guiones y Producción mínima:

Actividad: Se repartirán tarjetas y marcadores a los participantes para que puedan anotar los conceptos básicos que creen necesario incluir dentro del manual de estilo que tienen que ver con la reproducción de los programas.



4Papelografo con la actividad completada

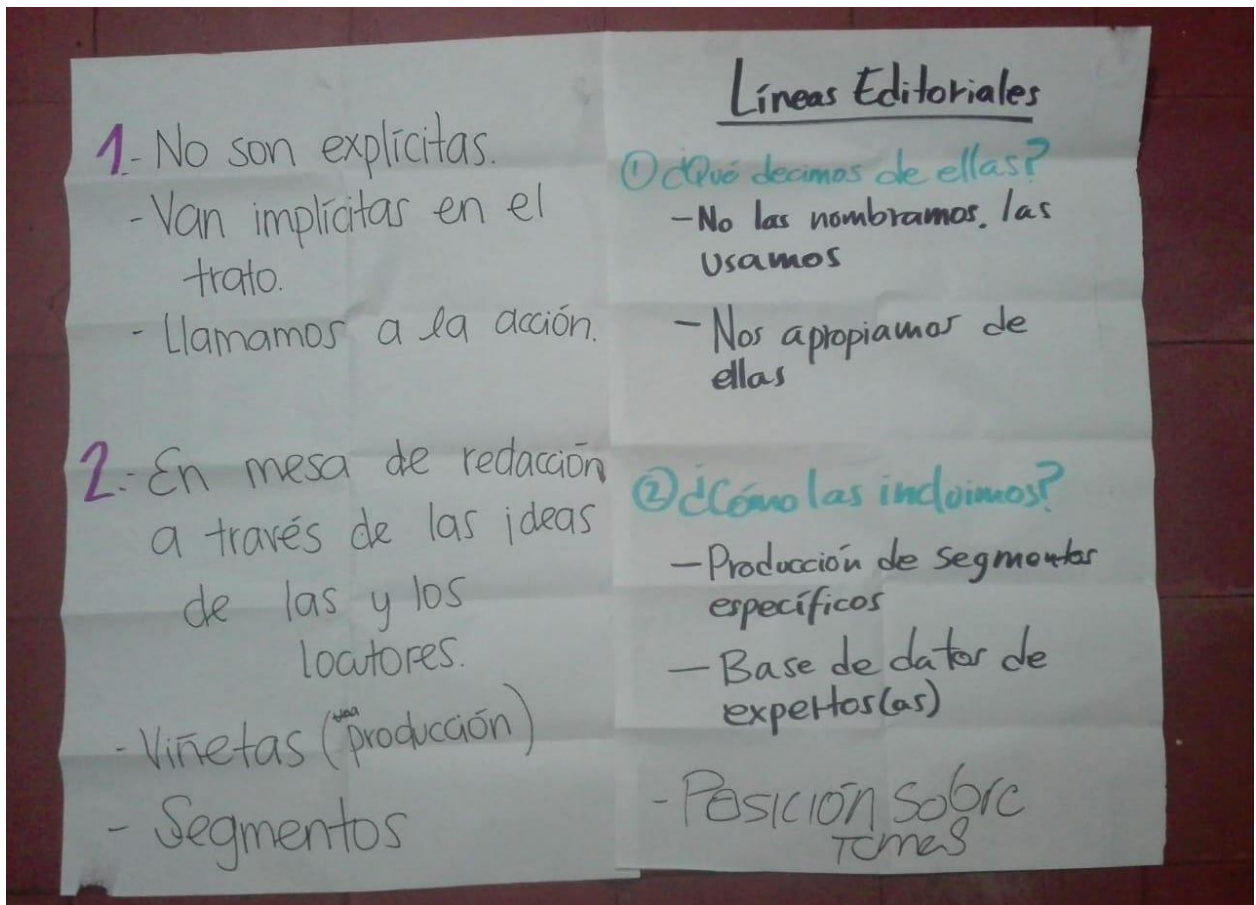
Tema: Líneas Editoriales

Actividades: Los participantes se dividen en grupos y responden a estas preguntas usando papelógrafos:

¿Qué decimos de ellas?

¿Cómo las incluimos en nuestro contenido?

Los grupos leen y comparten lo que escribieron.

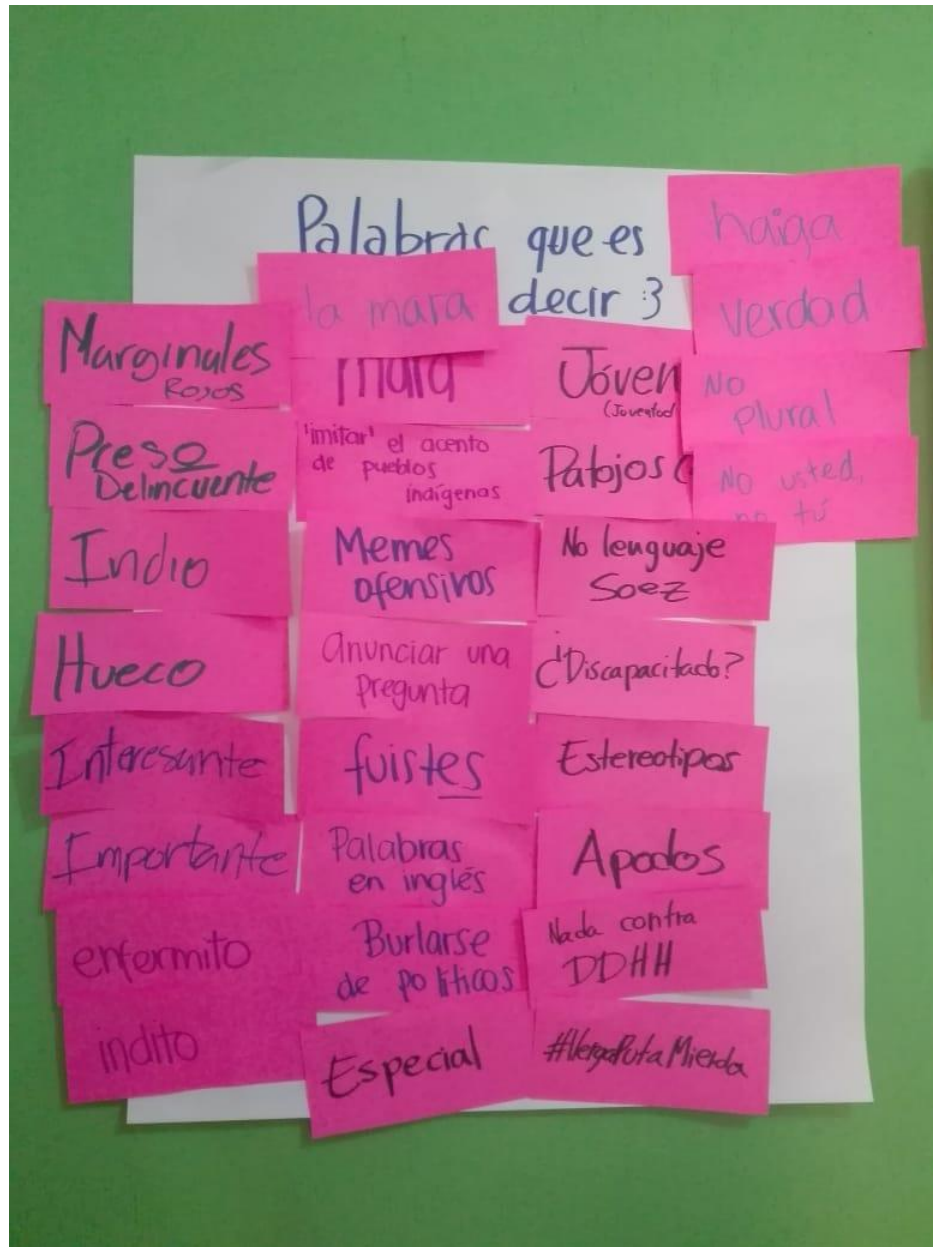


5 Papelógrafos después de realizar la actividad

Tema: Palabras que es mejor no decir:

Actividades: Se repartirán tarjetas y marcadores y los participantes anotarán palabras que no sean apropiadas para el contenido de la radio y explicarán por qué las anotaron.

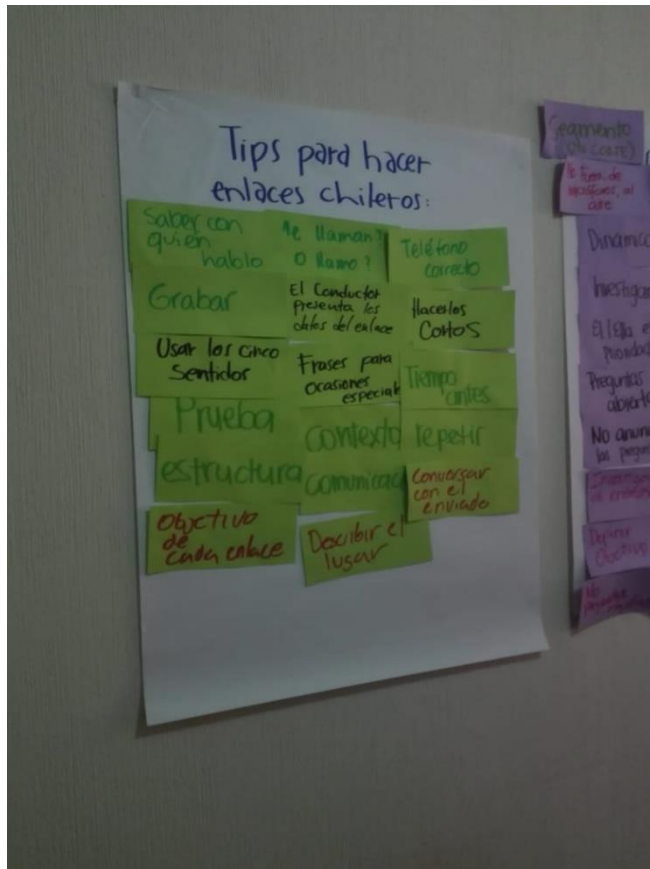
Estas tarjetas se pegarán en un papelógrafo.



6 Papelógrafo después de realizar la actividad

Tema: Tips para hacer entrevistas y enlaces

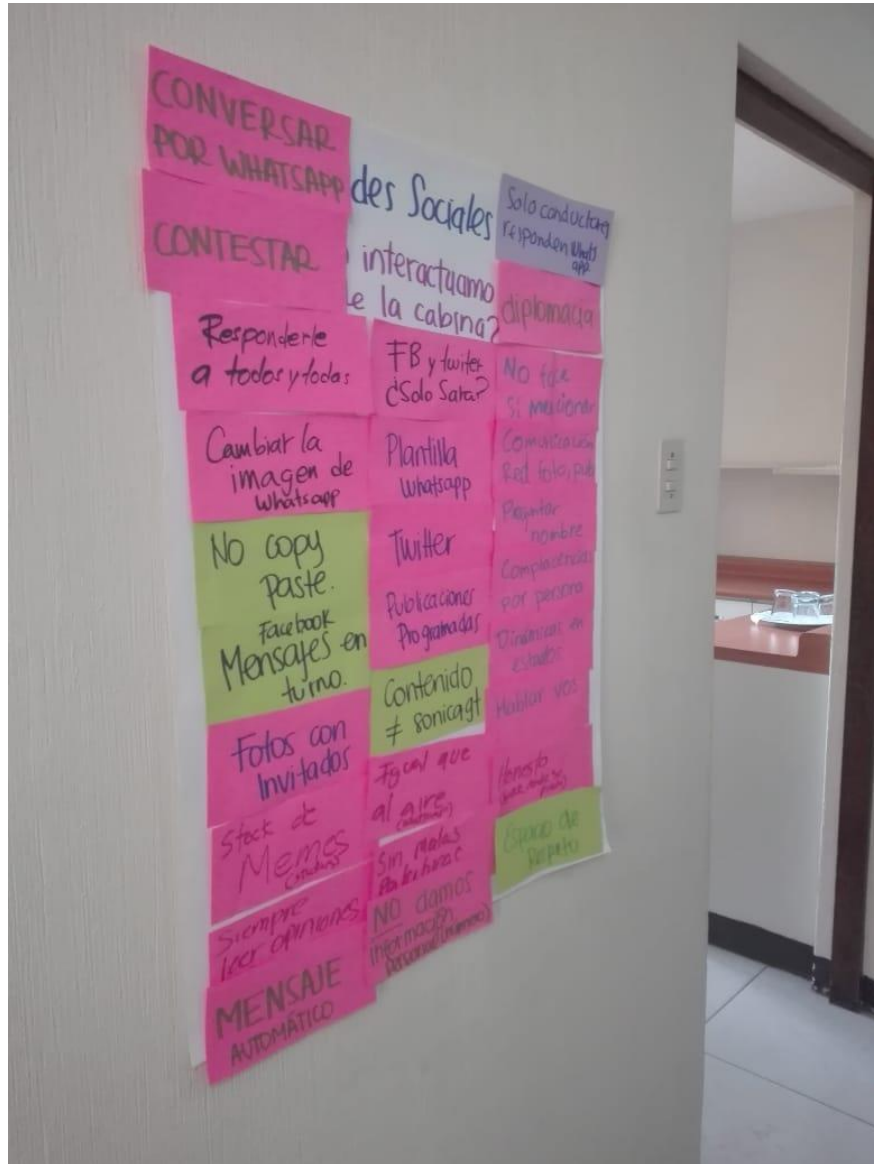
Actividades: Según la experiencia de cada participante anotarán consejos que se incluirán en el manual de estilo sobre la realización de entrevistas. Anotarán sus ideas en tarjetas y las compartirán con los demás.



7 Papelógrafos después de realizar la actividad

Tema: Interacción en redes sociales desde la cabina de radio

Actividades: Los participantes construirán la guía de interacción en redes sociales en un papelógrafo.

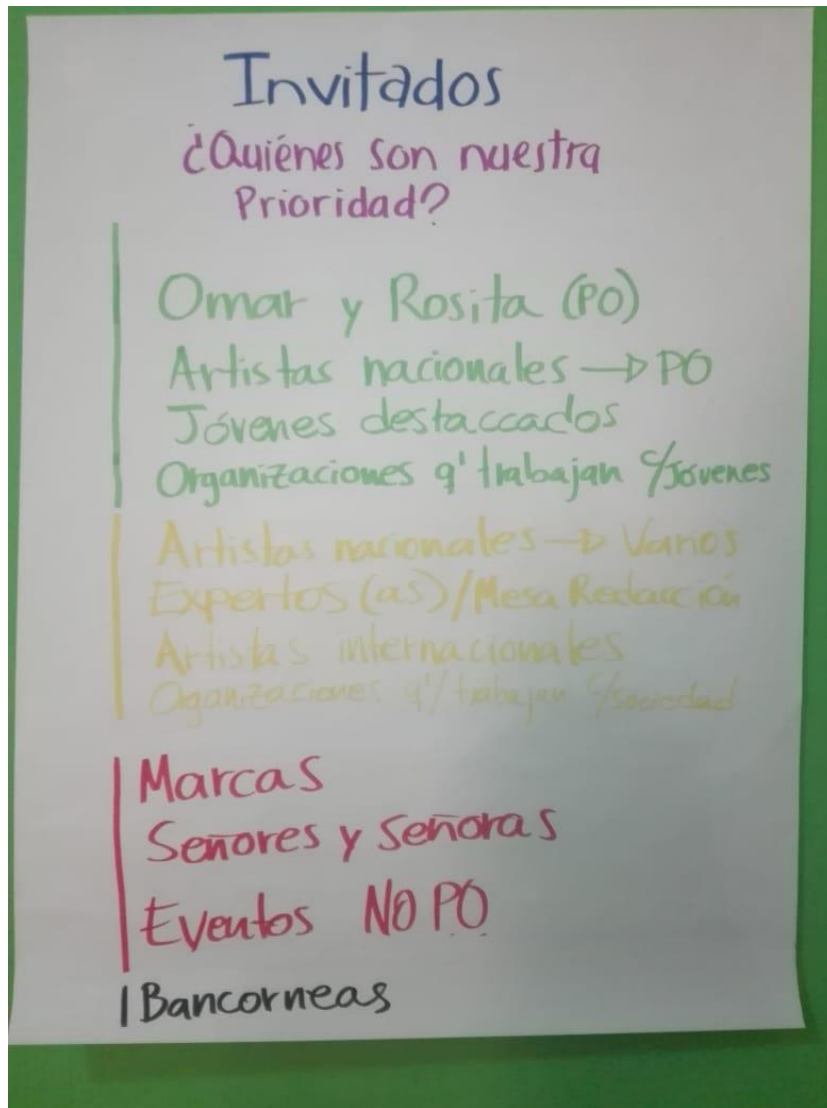


8 Papelógrafo después de realizar la actividad

Tema: Semáforo de invitados

Actividades: los participantes crearán un semáforo en el que pondrán en orden de prioridad a las personas que son invitadas a sus programas de radio.

Anotarán en papelógrafos usando marcadores de colores.



9 Papelógrafo después de realizar la actividad

Acción 2: Manual de estilo para definir el estilo de locución y producción de los programas de radio sónica 106.9 FM.



Tabla de contenidos del manual de estilo de locución y producción de los programas de radio
sónica 106.9 FM.

CAPÍTULO 1. 1

¿Qué hay dentro de este manual?

¿Para qué puede servirme?

CAPÍTULO 2 PROGRAMAS

¿Conoces a Omar y Rosita?

¿Conoces nuestras líneas editoriales? Pueden ayudarte a crear

Empecemos por la locución ¿Cómo hablamos en SÓNICA?

Cómo decir las cosas de una forma más cool

¿Cómo puedo crear nuevos segmentos?

Además de la Intro ¿Qué elementos de producción necesita mi programa?

Ya tengo las ideas ¿Cómo las pongo en un guion?

Todo lo que necesitas saber sobre el manejo de tiempo de tu programa está aquí:

CAPÍTULO 3 AL AIRE

¿Cómo presento la radio?

¿Qué hago con las entrevistas?

CAPÍTULO 4 INVITADOS

Te presentamos el semáforo de los invitados

CAPÍTULO 5 REDES SOCIALES

¿Cómo interactuar en redes sociales desde la cabina?

CAPÍTULO 6 TÉRMINOS ESPECÍFICOS

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS



11 Epesista haciendo entrega del manual



12 Equipo de Radio SÓNICA 106.9 FM

Acción 3: Buzón de sugerencias para la recepción de retroalimentación y nuevas propuestas.

Buzón físico colocado en el área de mesa de redacción: Este buzón estará a cargo de Melany Coyoy, quien es la encargada del contenido de los programas y será revisado una vez por semana durante las reuniones de mesa de redacción.



13 Entrega del buzón de sugerencias a Melani Coyoy

3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Inicio	Fin	Duración	Mayo				
				Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 1	Semana 2
TALLER	14-05-2019	14-05-2019	1 día					
Sistematización de los resultados obtenidos en el taller y creación del índice del manual	15-05-2019	17-05-2019	3 días					
Redacción del manual	20-05-2019	30-05-2019	2 semanas					
Primera revisión del manual		07-06-2019	1 semana					
Correcciones al texto del manual	10-06-2019	20-06-2019	2 semanas					
Segunda revisión del manual	24-06-2019	28-06-2019	1 semana					

Actividades	Inicio	Fin	Duración	Junio			
				Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Primera revisión del manual	03-06-2019	07-06-2019	1 semana				
Correcciones al texto del manual	10-06-2019	20-06-2019	2 semanas				
Segunda revisión del manual	24-06-2019	28-06-2019	1 semana				

Actividades	Inicio	Fin	Duración	Julio		
				Semana 1	Semana 2	Semana 3
Creación de ilustraciones para el manual	01-07-2019	12-07-2019	2 semanas			
Entrega del buzón de sugerencias y manual de estilo	16-07-2019		1 día			

3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Para facilitar el control de la realización de las etapas de este plan de comunicación, la epesista llevó un cuadro con la descripción de las actividades a desarrollar para evidenciar el cumplimiento de estas.

Descripción de la actividad	Realizado		Observaciones
	Si	No	
Taller para Escuchar y proponer los cambios que deben realizarse al manual de estilo de los programas de radio SÓNICA 106.9 FM.	x		Los asistentes al taller fueron citados una semana antes para garantizar su participación y aportes en este taller de creación.
Creación del índice del nuevo manual de estilo con la información obtenida en el taller.	x		El jefe de redacción de la emisora revisó el índice propuesto antes de empezar la actualización del contenido del manual.
Presentación del índice al jefe de redacción de Radio SÓNICA 106.9 FM	x		
Redacción del manual	x		La epesista concluyó esta etapa según el cronograma de actividades
Elaboración de ilustraciones de apoyo para el manual	x		
Revisión final del manual por el jefe de redacción	x		Durante la penúltima semana de trabajo en la emisora el jefe de redacción de la radio revisó y autorizó el contenido actualizado del manual de estilo. También designó a la persona encargada del buzón de sugerencias.
Asignación de la persona encargada de la revisión del buzón de sugerencias	x		

Presentación del manual y buzón de sugerencias al equipo de trabajo de Radio SÓNICA 106.9 FM	x	La epesista finalizó esta etapa con la presentación y entrega del manual de estilo y buzón de sugerencias, en esta reunión también se creó el reglamento de retroalimentación para el buzón.
--	---	--

CONCLUSIONES

- El estilo de locución y producción de los programas de radio sónica 106.9 FM fue definido por los integrantes del equipo de trabajo que contribuyeron con sus experiencias a lo largo de los años de funcionamiento de la emisora logrando de esta forma sistematizar los procesos de creación de contenido audiovisual.
- El manual de estilo que ya existía fue actualizado y complementado con contenido propuesto por el jefe de redacción de Radio SÓNICA 106.9 FM ajustándolo a las necesidades de su equipo logrando que este funcione como una guía para la producción del contenido, la presentación e interacción con el público en los programas radiales.
- Fue creado un buzón de sugerencias destinado a la recepción de retroalimentación para las y los conductores de los programas radiales. De este modo los nuevos integrantes del equipo de trabajo podrán mejorar sus habilidades garantizando contenidos de calidad apegados a las líneas editoriales de la emisora.

RECOMENDACIONES

- Facilitar el contenido del manual de estilo a los nuevos colaboradores y colaboradoras y explicar cada punto las veces necesarias para lograr una sinergia al momento de crear contenidos nuevos.
- Planificar nuevos talleres que les permitan evaluar periódicamente si existe algún cambio que deba ser agregado al manual de estilo que fue realizado por la epesista.
- Utilizar el buzón de sugerencias como fuente directa de retroalimentación para el mejoramiento del trabajo realizado por el equipo de trabajo de la emisora.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- 1. Acción:** sucesión de acontecimientos que son resultado del ejercicio de la posibilidad de hacer.
- 2. Enfoque:** Manera de valorar o considerar una cosa.
- 3. Enlaces:** Los enlaces en directo o enlaces remotos son pequeñas intervenciones de otra persona que está en un lugar distinto a las instalaciones de la radio durante un programa. Pueden hacerse vía telefónica o utilizando aparatos de transmisión más sofisticados.
- 4. Entrevistas:** Conversación que un periodista mantiene con una persona y que está basada en una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las que la persona entrevistada da su respuesta o su opinión.
- 5. Epesista:** Es la persona que se encuentra realizando el ejercicio de práctica supervisada EPS.
- 6. Estrategia:** proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
- 7. Comunicación:** Acto en el cual se intercambian mensajes.
- 8. Comunicación digital:** es aquella que transmite la información a través de símbolos.
- 9. Comunicación interna:** Es la comunicación que se lleva a cabo dentro de entidad.
- 10. Convivencia:** acción de vivir en compañía de otro u otros.
- 11. Deutsche Welle DW:** es la radio y televisión pública alemana (algo así como Alemania para el mundo) pues no solo publican contenido sobre su país sino del mundo.

A través de su división Akademie, apoya para el desarrollo de medios de comunicación en países como el nuestro, para promover la participación en los medios de la ciudadanía y defender los derechos de libertad de expresión y acceso a la información. SÓNICA nació como un proyecto de Deutsche Welle Akademie y aún cuenta con financiamiento de esta institución.

12. Diagnóstico: Examen de una cosa, de un hecho o de una situación para realizar un análisis o para buscar una solución a sus problemas o dificultades.

13. Líneas editoriales: una línea editorial son los lineamientos que tiene un medio de comunicación que define el lenguaje, la temática y la forma en la que se abordan los temas y se crean los contenidos.

14. Locución: acción de hablar de forma clara y concreta a través del micrófono.

15. Mensaje: Sentido o significado, generalmente ideológico o moral, que pretende transmitir una obra, En la teoría de la comunicación, información que el emisor transmite al receptor.

16. Metodología: Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.

17. Observación: Acción de observar o mirar algo o a alguien con mucha atención y detenimiento para adquirir algún conocimiento sobre su comportamiento o sus características.

18. Participación: Intervención en un suceso, en un acto o en una actividad.

19. Plan:

Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla.

20. Producción: grabación de voces y posterior edición de contenido audible que será reproducido a través de la radio.

21. Público Objetivo: Audiencia a la que va dirigida el contenido producido por un medio de comunicación

22. Retroalimentación: Es la respuesta que se da ante un determinado mensaje.

23. Sinergia: Acción de dos o más causas cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales.

24. Taller: Curso, generalmente breve, en el que se enseña una determinada actividad práctica o artística.

25. Técnicas: Actividad o conjunto de actividades basados en la aplicación práctica de los métodos y de los conocimientos relativos a las diversas ciencias, en especial cuando supone la utilización de máquinas o la aplicación de métodos específicos.

BIBLIOGRAFÍA

- Angrosino, M. (2012). La observación participante. En M. Angrosino, *Etnografía y observación participante en la investigación cualitativa* (pág. 38). Madrid: Ediciones Morata.
- Capriotti, P. (1994). Estructura de Públicos de una Organización. En P. Capriotti, *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa* (pág. 47). Málaga : Instituto de Investigación en Relaciones Públicas .
- Kvale, S. (2011). Las entrevistas en la investigación cualitativa. En S. Kvale, *Las entrevistas en la investigación cualitativa* (pág. 32). Madrid: Ediciones Morata.
- MAPS, G. (s.f.).
- Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la investigación. En R. H. Sampieri, *Metodología de la investigación* (pág. 9). México DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- SÓNICA. (2015). *Manual de Estilo*. Guatemala.

E GRAFÍA

- Think&Start. (23 de mayo de 2014). *es.shopify.com/blog*. Obtenido de <https://es.shopify.com/blog/14228541-hablando-de-coworking-objetivos-y-beneficios-infografia>
- Juan Luis Álvarez-Gayou Jurgenson, S. M. (s.f.). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Recuperado el abril de 2019, de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html#nota0>
- Diccionario, G. (s.f.). Recuperado el 9 de agosto de 2019, de https://www.google.com/search?ei=dBZOXcePM-Pv5gKTs4jQBA&q=google+diccionario&oq=google+diccionario&gs_l=psy-ab.3..0i7118.0.0..49261...0.0..0.0.0.....0.....gws-wiz.p40seJyRt2E&ved=0ahUKEwjHmaGxjPjAhXjt1kKHZMZAkoQ4dUDCAo&uact=5
- Española, R. A. (s.f.). <https://dle.rae.es>. Recuperado el 9 de agosto de 2019, de <https://dle.rae.es/?id=TIvEXgq>
- blablanegocios.com. (16 de 12 de 2016). *blablanegocios.com*. Recuperado el 3 de 10 de 2019, de <https://blablanegocios.com/comunicacion-digital-consiste/>

ANEXOS

Transcripción completa de las entrevistas

Entrevista 1

Jennifer Velásquez, departamento de Relaciones Públicas y Mercadeo

6 de febrero de 2019

1. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?

Yo veo específicamente el área de relaciones públicas pero eso involucra el hecho de tener el contacto con cualquier institución que quiera tener un contacto con la radio desde alguien que diga yo quiero presentar a mis artistas, yo quiero presentar este nuevo producto, yo quiero que mi colegio llegue a entrevista porque vamos a tener una Kermese hasta cualquier otra persona que quiera tener un contacto con la radio es a través de mi y de igual forma si yo quiero, si como radio pensamos a bueno ya viene las votaciones queremos hacer un contacto con alguna institución, alguna entidad o sea me corresponde a mi hacer el contacto con ellos y de igual forma como estrechar los lazos, o sea como de ok vinieron a entrevista no solo ah bueno ya se van sino como también llegar y decirles que las puertas están abiertas frecuentemente así como de si tienen algún lanzamiento nosotros así contactarlos de que “Ay quieren venir a darlo a conocer” ajá como estrechar siempre los lazos con alguna institución ajena a la radio.

2. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?

Quizás como en, bueno, en otras ocasiones el hecho que SÓNICA lleva a penas tres años y que vayamos a cumplir cuatro años de repente había como poca credibilidad a veces en nosotros así como que ah es una radio incipiente entonces eso a veces es como que tal vez no tenemos tanta credibilidad en otras instituciones así como que “Ay no porque ellos acaban de empezar” pero entonces ahí es donde me toca decir así como de que “No nosotros ajá” o de igual forma el hecho de movilizarme o sea en el sentido de que ah

bueno hay conferencia de prensa porque tal institución está haciendo esto están haciendo lo otro pero no poder movilizarme para asistir a las conferencias de prensa eso a veces impide podamos también seguir creciendo o seguir avanzando o seguir afianzando los lazos porque es como de o me invitan directamente “Jennifer vamos a tener esta actividad” y es como de “ay es que no podemos ir somos un equipo pequeño” o sea el hecho que a veces seamos también como que muy poquitos, de decir o sea si no puedo ir yo puede ir alguien más porque es en la noche o se a veces el hecho de ser también como pocas personas es como de “no, no puedo” No podemos pues, no podemos hacerlo. Igual como que nos digan así como de ¿Puede asistir? Y es como de “Ah pero me queda muy lejos y no tengo cómo movilizarme, pero pueden venir a entrevista” entonces a veces lo que ellos quieren es cubrir su evento como tal pero ya no podemos o sea no entramos ahí como tal.

3. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

En lo primero que comenté que es como que a veces nos dicen así de ah bueno y ¿Ustedes quiénes son? Y ustedes tal cosa creo que tal vez es como mostrarles el trabajo que hemos hecho, al menos el año pasado cuando iba a ser el 8 de marzo que íbamos a trabajar junto con prensa comunitaria, ellos no nos conocían va, entonces le dije así como a la chava con la que tenía el contacto “Mirá pero nosotros hemos trabajado esto, cubrimos el paro nacional” o sea, le mostré que eramos una radio que si se interesa por esos temas entonces ella me dijo así como de Ah bueno o sea como que ya vio más interés y seguramente como que también revisó nuestras redes sociales o algo así después vi que esta misma chava como que al tiempo nos dio follow en twitter entonces como mostrarle a la gente que el hecho que llevemos pocos años o sea no quiere decir que no podamos hacer un buen trabajo pues, entonces eso ha funcionado, mostrarle a las personas el trabajo que estamos haciendo de igual forma con el paso del tiempo creo que hay ciertas instituciones que han notado el trabajo que hacemos o sea aunque llevemos poco tiempo es como de “Ah bueno pero ellos si se esmeran por o saben que somos una radio juvenil que toca ciertos temas entonces saben que pueden avocarse a nosotros si quieren dar a conocer algo y tal vez con el hecho de las otras como lugares que necesitan

algo, que uno vaya a cubrir sus eventos y algo así pues tal vez sería de comentarles, de explicarles específicamente que si somos un equipo pequeño pero que la radio tiene las puertas abiertas para cuando ellos quieras asistir a dar a conocer algo o algo así.

Entrevista 2

Sara Martínez, departamento de comunicación digital

6 de febrero de 2019

1. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?

Yo estoy encargada de el departamento de comunicación digital que ve todo lo que es video, bueno, todo el producto digital desde video, fotografía y diseño gráfico, bueno y redes sociales.

2. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?

Creo que con el nuevo sistema que creamos o la nueva estrategia que se creó de redes sociales no hemos todavía agarrado el rumbo de que es lo que cada uno debería hacer y quién apoya a quién entonces creo que a veces la falta de comunicación, no funciona el sistema, no contamos con las mejores vías que impiden que el trabajo llegue y si no llega al final creo que no hemos establecido “Bueno no es culpa de tal persona” si no es culpa del equipo en general entonces creo que nos ha costado un poco el balancear el trabajo de radio con el trabajo de redes y mezclarlos y que seamos solo uno o sea que SÓNICA funcione como uno entonces hay veces que no recibo la información pero yo tampoco doy la información de redes sociales, por ejemplo las locutoras no saben qué se postea en Facebook pero tampoco quisiera llenar de spam sus mensajes de “Ya tengo una nueva publicación” y al revés o sea veces yo no recibo y no escucho los programas y no comparto el contenido que ellas tienen.

3. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

Tal vez ahora como parte del coworking si se pueda implementar que todos conozcamos las ideas de todos y que se pueda, que una conductora pueda estar haciendo su guion y entonces yo puedo escuchar de qué va a hablar y ver si funciona en redes entonces creo que es más de eso, de comunicar y no solo comunicarlo con la gente específica sino con todos en general porque por ejemplo hay cosas que suenan en la radio que podrían servir en redes sociales pero nunca me entero porque eso no va con mi área o producción podría hacer algún spot de algún video chilero que salió en redes y nunca se enteró porque simplemente no iba ahí o no formaba parte de lo que es redes sociales, entonces creo que ayudaría mucho el crear algún mecanismo, algún sistema que nos informara de todo lo que esta pasando en toda la radio, o sea pues lo administrativo pues tal vez no nos incumbe pero tal vez lo que pasa en la cabina, todo lo que pasa en los estudios creo que si deberíamos de conocerlo todos, pues, porque al final si algo falla o sea si falla producción también tendría que ser problema de redes o sea, somos todos.

Entrevista 3

Adriana López, coordinadora Cabina Espacial

1. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?

Este año estoy trabajando en SÓNICA en el proyecto de cabina espacial que es básicamente llevar la radio a los centros educativos o a lugares a donde nos invitan para darle visibilidad a la radio y para también educar con el enfoque MIL que es el que está promoviendo el proyecto.

2. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?

Como estamos haciendo un proyecto que es nuevo, que no está explorado y si ya se exploró antes está ahorita siendo renovado hay muchos procesos nuevos que hacer como por ejemplo planificar las salidas y asignarle responsabilidades a cada persona que va a las salidas, entonces creo que algunos de los problemas de comunicación que hemos tenido y que no han ayudado para que nuestras salidas tengan éxito es la falta de tiempo para poder organizar y explicarle a una persona qué es lo que tiene que hacer porque a veces como coordinadora yo tengo en mente cómo va a funcionar todo pero no se lo he comunicado bien a todos entonces solo asumo que tal vez entienden la idea como yo la tengo en mente y eso hace que cuando lleguemos al lugar las acciones dependan mucho de lo que yo diga y no hay como independencia de cada parte del equipo para hacer todo o que todos estén confundidos y que nadie sepa que va a pasar.

3. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

Yo creo que podemos tomarnos tiempo para invertirlo en la organización del proyecto, si estamos hablando solo de lo que yo hago, creo que es tiempo para que pueda hablar con cada una de las personas involucradas, podamos transmitir la idea y la mastiquemos juntos y ya sepamos que cuando lleguemos al lugar estamos todos en la misma sintonía creo que eso y también darle como un seguimiento a la ejecución de las propuestas

porque si hemos como lanzado muchas ideas de lo que queremos hacer pero nunca cumplimos con la parte de la ejecución o tal vez no todas las veces entonces a veces se queda como que al aire porque perdemos tiempo hablando y no se ejecuta entonces creo que si vamos a invertir tiempo en hablar que también haya un plan para ejecutar.

Entrevista 4

Doménica Marín, productora

1. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106 9 FM?

Yo soy la encargada del área de producción, la productora de la radio y eso implica que yo me tengo que encargar de todos los recursos sonoros o sea todo lo que forma parte de la programación de SÓNICA, desde los anuncios hasta la realización de los programas de las locutoras y también la producción general de la radio y a parte también me encargo de dar un taller a un grupo de jóvenes que tienen un programa que es de la municipalidad y que se llama Tu City se Mueve entonces durante seis meses doy un curso de producción para que ellos aprendan y además de dirigir a las locutoras al momento de grabar las producciones.

2. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?

Yo siento que tal vez el mayor problema es, no sé si son los medios, muchas veces es el tiempo, creo que nos cargamos de muchas cosas todos que no nos da tiempo de realizar todos los proyectos que queremos hacer, eso y segundo siento que algunas veces los medios de comunicación, internet, teléfono, whatsapp y eso, a veces no estamos todos metidos en esos medios y nos cuesta comunicarnos hasta cuando hemos hablado por teléfono hay veces de ok pues tampoco puedo obligar a una persona a que esté sentado ahí todo el tiempo, pero nos pasa que algunas veces yo estoy corriendo grabando o a veces me dicen necesito algo para ahorita y lo estoy grabando o digamos Carlos me está apoyando en otra cabina y necesito que me programe algo entonces eso más que nada yo creo que son los tiempos, creo que podríamos hacer los proyectos más grandes con mucho más tiempo de antelación para que pues no corramos a la mera hora y no nos toque pues molestarnos también entre nosotros verdad como “Mira necito esto ahorita, si pero yo estoy en refacción o algo así y si pero lo necesito ahorita” creo que todos queremos cumplir con nuestras responsabilidades entonces yo creo que eso es como lo que se nos ha complicado últimamente.

3. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

Por el momento yo creo que podría sugerir tal vez no delegarnos tantas cosas o sea reconocernos entre todos o cada uno desde su puesto ¿Cuál es o qué límite tiene uno? O sea qué tanto puede hacer uno con también con el tiempo de trabajar, el escribir, el producir, el hacerlo y contactar gente. Ver también qué capacidad tenemos cada uno de nosotros y decir ok no puedo hacer tantos contactos porque tengo un límite o no puedo usar tantas horas para hacer tal producción, por ejemplo, o sea sería como de organizarnos más, o sea vamos a hacer un proyecto, pero con cuánto tiempo de antelación para que ninguno nos molestemos verdad.

Entrevista 5

Melani Coyoy, locutora

8 de febrero de 2019

1. ¿A qué te dedicas en Radio SÓNICA 106.9 FM?

Yo soy conductora de un programa que se llama A las 9 show que es a las 9 y termina a las 12 del medio día y a parte de eso a veces me dedico como hoy por ejemplo a dar talleres para las personas que vienen del proyecto de Tu City que es en conjunto con la municipalidad y el INTECAP y a otras cosas más.

2. ¿Qué problemas de comunicación interfieren en la realización de tu trabajo?

Creo que trabajamos super en cadena entonces cuando por alguna razón extraña a una persona se le olvida que tiene que hacer algo eso como que muchas veces puede detener el paso de lo que estemos haciendo creo que eso es lo que más comúnmente ocurre pero por lo demás creo que todo bien, creo que si tenemos como bien claras las responsabilidades que tenemos y eso nos ayuda mucho

3. ¿Qué sugerirías para mejorarlo?

Tal vez tener de alguna manera en físico qué es lo que nos toca hacer o en qué parte del proceso va a estar cuando llegue a vos algo digamos creo que nos podría ayudar a tener como más claro que si no haces esa parte del proceso vas a estancarlo por completo. Yo considero que la comunicación con el equipo es bastante buena, o sea, creo que nos llega un montón lo que hacemos y eso nos ayuda mucho a estar pendientes de lo que hacemos, de los materiales que salen, de trabajar muy bien el contenido que hacemos entonces eso creo que es una gran ventaja para todos y todas acá.

Entrevista 6

Edgar Zamora, jefe de redacción

Cristian Galicia, director

8 de febrero de 2019

Cuéntennos qué necesitan y qué cosas quieren mejorar:

Cristian: Bueno afortunadamente para esto siempre han existido estos talleres al fin de año con DW Akademie para identificar las áreas que debemos de mejorar y siempre hay muchas, pero en ese sentido creo que Edgar ya tenía en mente algunas.

Edgar: bueno, yo creo que una de las cosas que más necesitamos y que también salieron en el taller del año pasado para este año, fue el manual de estilo de la radio yo creo que es importante para que cuando no sean ustedes, cuando no seamos nosotros que esté la personalidad de SÓNICA, el estilo de radio de SÓNICA en ese manual y pues se pueda pasarse con facilidad a quien haya necesidad de. Yo creo que todos los medios de comunicación tienen un manual de estilo y creo que ese es importante para nosotros y también me puse a pensar que no solo para la radio, yo creo que también necesitamos un manual de estilo para redes sociales, si un día no está Sara ahí ¿Quién lo va a hacer y bajo qué criterios? Eso no lo tenemos creo que eso nos serviría un montón.

Cristian: a mi también me serviría mucho este manual porque digamos viene tu city y nosotros tenemos que transmitirles a ellos en la medida de nuestras capacidades cómo trabajamos nosotros y es un problema porque lo hacemos una vez al mes con grupitos pequeños, en cambio si tuviéramos un manual de estilo podríamos dárselos desde un inicio y podríamos dejarlo en el convenio si es que seguimos trabajando con ellos que se va a trabajar a partir de ese manual de estilo.

Fotografías



14 jefe de redacción, Edgar Zamora; Director general, Cristian Galicia; Andrea Castro, epesista



15 Doménica Marín, productora; Jannina Ruíz, locutora



16 Mesa de redacción



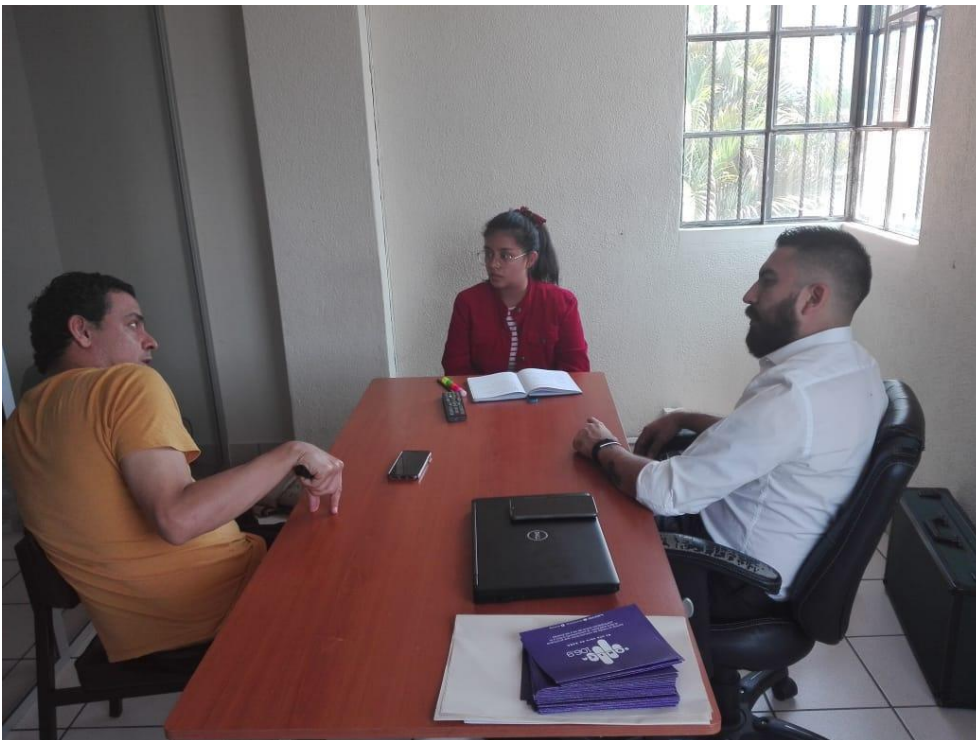
17 IMAGEN: SÓNICA/ CABINA ESPACIAL



18 IMAGEN: SÓNICA/TALLERES CON JÓVENES



Presentación del plan de comunicación



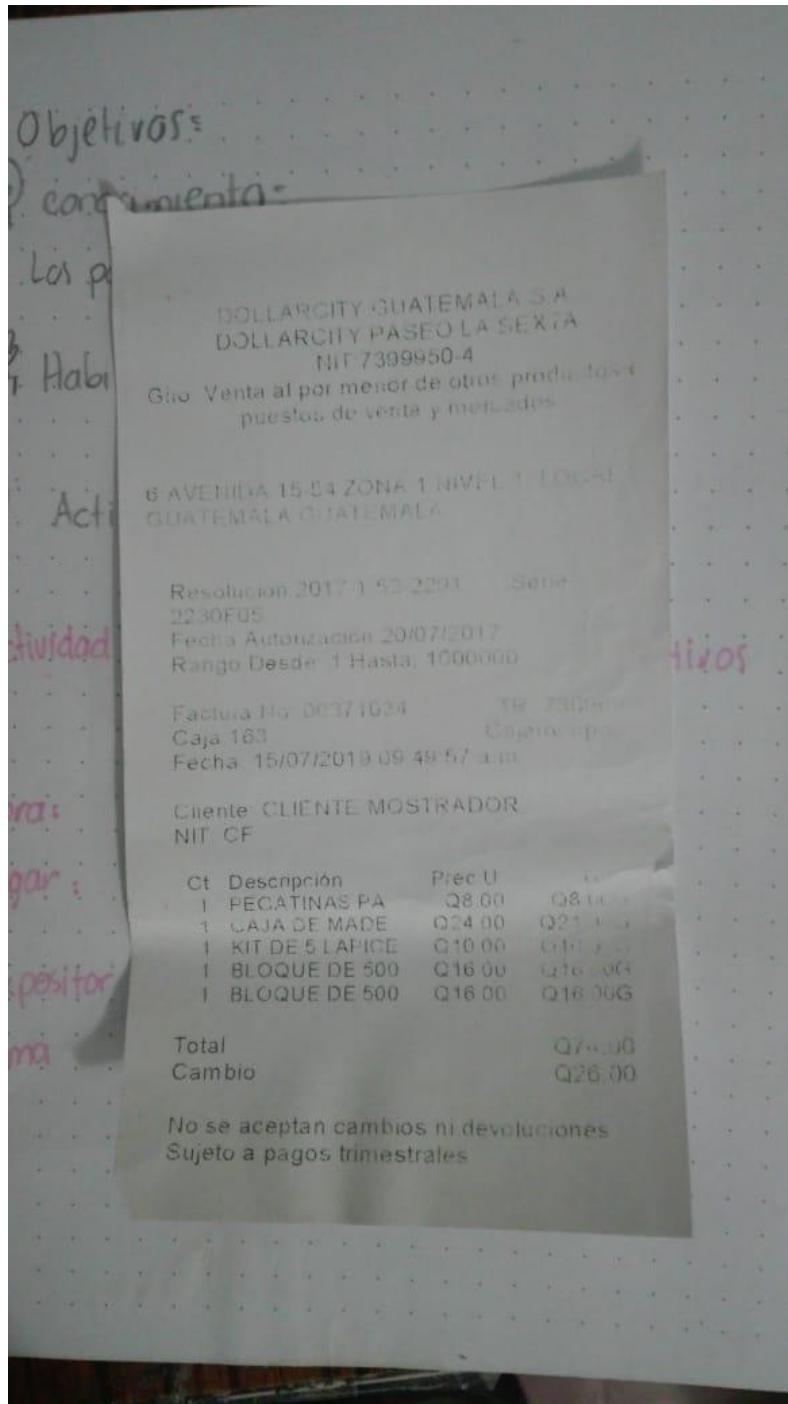
Edgar Zamora, Jefe de redacción; Andrea Castro, epesista; Cristian Galicia, Director de SÓNICA



19 Equipo de SÓNICA durante el taller



20 Presentación y entrega del manual y buzón



21Factura por compra en Dollar City

Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2019



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Andrea Eunice Castro Monterroso
No. Carné y DPI: 201216659/2225843000101
Jefe o Encargado (a): Licenciado Cristian Galicia
Institución o Empresa: Radio SÓNICA 106.9 FM
Supervisor de EPSL: M.A. Evelin Hernandez

Sem . No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 14 Al: 19	Mayo	6	6	6	7	7		32 hrs.
2	Del: 20 Al: 24	Mayo	6	6	7	6	6		31 hrs.
3	Del: 27 Al: 31	Mayo	6	7	7	7	6		33 hrs.
4	Del: 03 Al: 07	Junio	6	6	6	7	7		32 hrs.
5	Del: 10 Al: 14	Junio	7	6	7	6	6		33 hrs.
6	Del: 17 Al: 21	Junio	7	6	6	6	6		31 hrs.
7	Del: 24 Al: 28	Junio	6	6	7	6	6		31 hrs.
8	Del: 01 Al: 05	Julio	6	6	6	7	7		32 hrs.
9	Del: 08 Al: 12	Julio	7	7	7	6	6		33 hrs.
10	Del: 15 Al:16	Julio	6	6					12 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRACTICA REGISTRADAS									

(f) 
Nombre, firma y sello(a) o Encargado

(f) 
Nombre Supervisor - Supervisor EPSL



Este manual fue elaborado por Andrea Castro, como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala con la colaboración de:

- Diana Solís
- Edgar Zamora
- Sara Martínez
- Melani Coyoy
- Cristian Galicia
- Belén Pac
- Doménica Marín
- Gersom Gamboa (DIVERARTE)
- Diego Melendreras

Antes de empezar tenemos que hacerte una pregunta muy seria...

¿Papas o aguacates?

Índice

CAPÍTULO 1 ¿QUÉ HAY EN ESTE MANUAL?	2
¿Para qué puede servirme?	2
CAPÍTULO 2 PROGRAMAS	5
¿Conoces a Omar y Rosita?.....	5
Empecemos por la locución ¿Cómo hablamos en SÓNICA?	14
Cómo decir las cosas de una forma más cool	14
¿Cómo puedo crear nuevos segmentos?	24
Además de la Intro ¿Qué elementos de producción necesita mi programa?	24
Ahora vamos con la personalidad de tu programa:	25
Ya tengo las ideas ¿Cómo las pongo en un guion?	26
Todo lo que necesitas saber sobre el manejo de tiempo de tu programa está aquí:.....	28
CAPITULO 3 AL AIRE	32
¿Cómo presento la radio?	32
¿Qué hago con las entrevistas?.....	32
CAPITULO 4 INVITADOS	44
Te presentamos el semáforo de los invitados:.....	44
¿Cómo interactuar en redes sociales desde la cabina?.....	48
CAPITULO 6 TERMINOS ESPECÍFICOS	52
BIBLIOGRAFÍA	54
ANEXOS	56

capítulo 1

¿Qué hay en
este manual?



CAPÍTULO 1 ¿QUÉ HAY EN ESTE MANUAL?

Hola, si estás leyendo esto seguramente estás a punto de crear algo completamente nuevo para nuestra programación o tenés dudas sobre una idea nueva que querés incluir en tu programa.

Este manual de estilo fue creado para darte todas las herramientas que necesitas para lograr que tu idea se haga realidad, si te falta inspiración, *caaaalma*, leyendo esto seguro tu creatividad va a explotar.

Si tenés dudas de cómo armar un guion, cómo prepararte para hacer entrevistas o hacer enlaces remotos, seguí leyendo, preparamos este material para poder ayudarte.

¿Para qué puede servirme?

Puede servirte para “*MUCHAS COSA ¡WUUU!*” pero te hacemos acá un resumen (en caso de que te saltaras el índice).

Vas a conocer a nuestro público objetivo y nuestras líneas editoriales, estas dos cosas son la base de nuestro proyecto y sobre ellos podés construir todo lo que se te ocurra. También vas a poder aprender a usar los distintos formatos de guiones con los que trabajamos.

Si ya crees que es bastante, todavía queda más; este manual incluye un listado con los elementos de producción básicos para que un programa pueda salir al aire y todo lo que necesitas para ponerle también tu personalidad a todas las secciones que creaste.

Trabajar en radio parece algo sencillo para muchas personas, pero sabemos que estás poniendo mucho esfuerzo en esto, después del proceso de pre producción pues ya te toca estar al aire, seguramente vas a hacer muchas entrevistas y enlaces remotos, por eso te preparamos una guía completa para que te convirtás en pro en estos temas.

SÓNICA es una radio diferente como ya lo habrás notado y por esto ponemos mucha atención al contenido y también a la forma en la que lo decimos, si alguna vez tenés una duda sobre la forma correcta de expresar ciertas ideas, este manual incluye una lista de palabras y expresiones que podés revisar para garantizar que el mensaje que querés dar va a llegar a Omar y Rosita* de la mejor manera y siempre, desde el respeto.

**Omar y Rosita son dos personajes muy especiales que ya te vamos a presentar.*

Además de todo esto que ya te contamos, incluimos acá nuestro increíble Semáforo de Invitados y la sección dedicada a las Redes Sociales porque *siempre conectados nunca inconectados* (es meme).

Y para finalizar, te damos definiciones para que podás platicarle a las personas que te escuchen sobre ASEC, IGER, LA CABINA ESPACIAL, CREATIVOS y LA DW AKADEMIE.

Ok, ahora seguí avanzando en la lectura de este manual, te deseamos mucha suerte y recordá que además de leer este manual podés platicar con el equipo tus ideas para hacer que sean todavía mejores, el trabajo en equipo siempre es la clave.

Capítulo 2



CAPÍTULO 2 PROGRAMAS

¿Conoces a Omar y Rosita?

Omar y Rosita representan a nuestro público objetivo. Nuestra radio está dirigida a jóvenes de entre 13 y 20 años que viven en zonas vulnerables de nuestro país y que necesitan un espacio abierto para poder expresar sus ideas y del que puedan aprender.

Chavos y chavas de entornos culturales diversos que en muchos casos tienen poco acceso a educación y cuyas oportunidades de desarrollo integral se ven limitadas por su nivel socioeconómico.

Nos dirigimos a jóvenes que no cuentan con un poder adquisitivo alto y por esto nuestras recomendaciones siempre están dirigidas a sus posibilidades.

Omar y Rosita tienen muchos sueños y metas, pero te necesitan como guía para tomar decisiones como su carrera o su siguiente oportunidad de trabajo.

Además de esto su forma de ver la realidad y sus opiniones pueden variar mucho, podés encontrar chavos super empoderados que conocen sus derechos, que asisten a marchas y que están bien informados y también vas a conocer jóvenes que no tienen conocimiento de todo esto y que por las condiciones en las que han crecido son poco tolerantes y reproducen muchos estereotipos y formas de violencia.

Tu misión a la hora de conducir un programa es ayudarlos a transformar esas ideas en otras que los beneficien a ellos y a todas las personas a su alrededor.

Rosita



¿Cómo es mi familia?

Vivo con mi mamá, mi abuelita y mis 4 hermanas. Mi papa está en Estados Unidos. Ayudo con la limpieza en mi casa y también cuido a mis hermanitas.

- Por las noches termino mis tareas y cero.
- Alíto mi mamá para el otro día.
- Me baño.
- Me conecto en redes sociales.

¡ Soy Rosita Garcia!

Tengo 17 años y vivo la Berbená zona 7 de la Ciudad de Guatemala

¿Cómo es mi día?

- Me despierto a las 6:00 am
- Reviso mi celular si tengo datos
- Me alisto para salir
- Preparo mi desayuno y como cuando voy en el bus.



¿Cómo voy en la mochila la mamá de Rosita?



¿Cómo uso internet?

- Estoy en redes sociales: IG, FB
- Leo PDF de los libros que me gustan o necesito.
- Escucho música
- Veo fotos de mis artistas
- Hago investigaciones para mis tareas.

Sueños:

- Aún no sé qué estudiar
- No sé si podré continuar mis estudios.
- Quiero expresar mis ideas pero no sé en dónde lo puedo hacer.
- Me preocupa mi físico
- Mi autoestima necesita mejorar
- Quiero orararme de verdad.

Miedos:

- Caminar sola por la calle.
- No superarme
- Que hablen mal de mí
- Tener un embarazo

Talentos:

- Me gusta estudiar
- Veo tutoriales de maquillaje para mejorar.
- Me gustaría ser influencer
- Me gusta hacer ejercicio.
- No sé que talentos tengo.

Cosas que me gustan:

- Las mascotas
- Soy muy fan de:
 - Las peli culas
 - Platificar con mis amigos y amigos
 - Me gusta hacer Dance covers
 - Compro mi ropa en las pasas porque hay buenas ofertas.
 - Me gustaría tener mi caballo.

Omar

Soy Omar Sánchez
tengo 18 años y vivo
en Zona 5 de la
ciudad de Guatemala

- ¿Cómo es mi día?
- Despierto temprano para ayudar a mi hermanita a prepararse para la escuela.
- Le hago refacción y desayunamos juntos.
- Caminamos hacia su escuela y cuando la dejo ahí, me voy a trabajar.
- ¿Cómo me va en los estudios?
- Sali de bachiller el año pasado.
- Quiero estudiar en la universidad pero no sé cuáles son los pasos para inscribirme.

¿Que llevo en mi mochila?



Libros: me gusta mucho leer. Siempre llevo libros conmigo.



Mi refacción y almuerzo.



Dinero para mi pasaje



celular y audífonos me gusta mucho la música.



¿Como es mi familia?
Vivo en muchas partes, a veces con mi mamá y su esposo y otras en la casa de mi abuelita. Tengo una hermanita de 8 años.

¿Cómo me va en los estudios?

- Sali de bachiller el año pasado.

- Quiero estudiar en la universidad pero no sé cuáles son los pasos para inscribirme.

- Sueños:
- Quiero estudiar historia o trabajo social.

- No sé si podré seguir estudiando porque tengo que trabajar.

- Quiero que un día pueda presentarle a mi novio a mi mamá sin pena.

- Me gustaría formar una familia con Jefferson (mi novio).

- Quiero trabajar mucho para poder pagarle otro colegio a mi hermanita.

Miedos:

- Que mi mamá se entere que soy gay y me rechace.

- Perder a Jefferson

Talentos:

- Me gusta cantar y creo que lo hago bien.

- Me llevo bien con las personas nuevas.

- Soy curioso y me gusta aprender cosas nuevas.

¿Cómo uso internet?

- Veo videos chistosos

- Me gusta compartir muchos memes.

- Subo muchas historias a Facebook

- Investigo temas que mi hermana necesite para sus tareas

Cosas que me gustan:

- Salir con mi novio Jefferson.

- Conectarme a internet y jugar.

- Cantar con mis amigos.

- Le tomo fotos a mi mejor amiga que quiere ser influencer.

- Me gusta tener mi cabello de colores brillantes.

¿Conoces nuestras líneas editoriales? Pueden ayudarte a crear

Las palabras “Líneas Editoriales” intimidan un poco ¿Verdad? Pero van a ser tus mejores amigas, son siete y todas son igual de importantes.

Antes de presentártelas queremos contarte un poco sobre cómo incluirlas en tu contenido. Como te contamos antes ellas son la base de nuestro proyecto así que están implícitas en todo lo que hacemos, no es como que tengas que decir al aire “Y ahora vamos con una noticia de nuestras líneas editoriales” lo que tenés que hacer es lograr que el concepto de tus segmentos las involucre.

1. Solidaridad: el 22 de diciembre de 2005 la Asamblea General de las Naciones Unidas declaró el 20 de diciembre como el Día Internacional de la Solidaridad Humana convencidos de que la solidaridad es uno de los valores en los que deberían basarse las relaciones entre los pueblos en el siglo XXI. (un.org, 2018)

La solidaridad es una línea editorial de SÓNICA porque creemos que unir nuestros esfuerzos para darles una voz a las comunidades que históricamente han sido ignoradas puede contribuir a su desarrollo.

En solidaridad celebramos la diversidad y también hablamos por quienes no pueden hacerlo para hacer que sus peticiones y demandas sean escuchadas. Este es el compromiso más grande de cada persona que integra el equipo de SÓNICA.

2. Equidad de género:

“La imparcialidad en el trato que reciben mujeres y hombres de acuerdo con sus necesidades respectivas, ya sea con un trato igualitario o con uno diferenciado pero que se considera equivalente en lo que se refiere a los derechos, los beneficios, las obligaciones y las posibilidades. En el ámbito del desarrollo, un objetivo de equidad de género a menudo requiere incorporar medidas encaminadas a compensar las desventajas históricas y sociales que arrastran a las mujeres. “ (UNESCO, Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo, 2015)

Como con las otras 5 líneas editoriales, para abordar temas que las involucren es necesario tu compromiso, hablar y crear contenido sobre equidad de género debe ser algo de lo que vos tenés plena convicción porque tiene que haber coherencia entre lo que decís y hacés.

Por ejemplo, puede ser que de última hora un meme sobre una chava en una situación vergonzosa se hizo viral, antes de reírte o compartirlo con el público pensá en si de esa forma estás vulnerando la dignidad de una mujer. A lo mejor estás pensando ¿Pero no se supone que hable de las tendencias? Y la respuesta es ¡CLARO QUE SI! Pero podés transformar esos mensajes de odio y burla llenos de estereotipos en contenido que ayude a tu público a hacer el ejercicio de reflexionar sobre ese meme que puede parecer solo “Humor” pero que está vulnerando a alguien.

3.Multiculturalidad: Según la enciclopedia de filosofía de Stanford el término “multiculturalidad” se utiliza para describir la diversidad de culturas en una sociedad. (Enciclopedia de filosofía de Standford, 2016)

En Guatemala la diversidad cultural es muy grande, cuatro culturas y más de 25 idiomas hacen que nuestra sociedad sea multicultural. Esta convivencia tan diversa es la oportunidad perfecta para convertirnos en defensores de los grupos que históricamente han sido obligados a absorber la cultura dominante.

Para darte un ejemplo, seguro has notado que las personas mayas, garífunas y xincas deben aprender el idioma español para poder acceder a educación pues no se imparte en su idioma materno. Además, esto puede convertirse en una barrera para su desarrollo integral porque existen aún muchas formas de discriminación.

Pensando en esta línea editorial, podés crear secciones en las que resaltes los aspectos positivos de cada cultura y en los que le des el espacio de expresión y respeto a todas las personas.

3.Cuidado del medio ambiente: La Organización de las Naciones Unidas en su conferencia en Estocolmo, Suecia en 1972 recomendó a los medios de comunicación masiva (como la radio) difundir información educativa sobre la necesidad de proteger el medio ambiente con el fin de que todas las personas puedan desarrollarse en todos los aspectos. (ONU, 1972)

Vos vas a ser la voz que se encargue de contarle a los chavos todo sobre medio ambiente pero también, esa persona que les cuente cómo pueden involucrarse y ser parte activa del cambio que necesita nuestro planeta.

¿Recordás el #BasuraChallenge? Fue ese reto en el que te tomabas una foto en un lugar lleno de basura y otra después de limpiarlo, esas son las ideas que podés compartir o que pueden nacer de tu creatividad. Hablar de medio ambiente no tiene que ser como una clase aburrida de ciencias naturales, podés inventarte mil formas de contarle a la gente por qué el agua es maravillosa para lograr que esas palabras aparezcan en su mente cada vez que abren un chorro.

Podés proponer hacer un video retando al público a vivir una semana sin bandejas de duroport mientras vos también lo hacés. Recordá que sos un modelo a seguir y si Omar y Rosita ven tu compromiso, seguramente se apuntan a participar en este y cualquier otro reto.

5. Construcción de ciudadanía: algo súper importante para SÓNICA es lograr que los chavos y chavas se conviertan en participantes activos de todo lo que sucede en la realidad en la que conviven, que se reconozcan como parte de los cambios que benefician a sus comunidades y que de forma consciente e informada quieran y puedan participar.

Tu mejor amiga para crear contenido para esta línea editorial es la Empatía, si no la conocías te la presentamos:

Empatía es el sentimiento de participación afectiva de una persona en la realidad que afecta a otra: la empatía consiste en ser capaz de ponerse en la situación de los demás.

(rae.es)

La empatía es necesaria porque vas a encontrarte con muchos jóvenes con realidades muy distintas a la tuya y a través de ella vas a poder crear contenido que les sea útil y también vas a poder comunicarlo de la mejor forma.

A través de la empatía podés descubrir, por ejemplo, por qué es importante que los chavos se informen sobre las y los candidatos en un proceso de elecciones o cómo pueden afectarlos algunas iniciativas de ley.

6.Cultura de Paz: el Manifiesto 2000 para una Cultura de Paz y No Violencia dice que la Cultura de Paz hace posible el desarrollo duradero, la protección del medio ambiente y la satisfacción personal de cada ser humano. (UNESCO, Archivo web UNESCO, 2000)

Para ponerlo más fácil se trata de que consciente y activamente rechazemos la violencia en todas sus formas, física, sexual, social y económica que afectan y vulneran los derechos de los jóvenes.

Como ves todas nuestras líneas editoriales están conectadas entre ellas con el fin de proteger la libertad de expresión de las comunidades y la diversidad cultural que nos caracteriza a través del diálogo y la participación de cada una y cada uno.

7. Alfabetización Mediática e Informativa (AMI)

Una persona alfabetizada es quien sabe leer y escribir. Sin duda estas destrezas cambian vidas: las personas alfabetizadas tienen un acceso privilegiado a la información. Están mejor preparadas para defender sus derechos. Y, sobre todo, saber leer y escribir aumenta la posibilidad de participar activamente en la vida pública.

Sin embargo, no hay que confundirse. La capacidad de descifrar palabras y frases escritas no es lo mismo que saber informarse. En las redes sociales circulan un montón de noticias al día y aunque Facebook nos parezca muy confiable, muchas de ellas son falsas o hasta producidas con la intención de “desinformar”.

Entonces, ¿cómo identificarlas? ¿Cuáles son las fuentes confiables? ¿Cómo reconocer una foto manipulada o un sitio web falso? Para encontrarle respuesta a estas preguntas te presentamos a nuestra mejor amiga la Alfabetización Mediática e Informativa que nos ayuda a saber cómo expresarnos con libertad.

Hoy en día, la alfabetización es un gran reto porque implica muchas habilidades: saber dónde y cómo encontrar información, analizarla y reflexionar sobre ella. De la misma forma como la alfabetización clásica no solamente comprende la lectura, sino también la escritura, la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) pretende además que las personas sepan producir y difundir por sí solas sus mensajes y expresarse libremente.

Lo último es determinante especialmente en contextos represivos, por ejemplo, en dictaduras. Una persona alfabetizada en el uso de los medios deja de ser consumidora pasiva, también ayuda a difundir información correcta, o sea que dejás de creerte todo lo que ves, sos capaz de investigar y además, podes compartir tus propios mensajes como ciudadano y ciudadana crítica.

En resumen, la AMI facilita el ejercicio de dos derechos humanos fundamentales: el derecho al acceso a la información y a la libre expresión. La idea de AMI no es nueva, pero el mundo digital en el que vivimos ha hecho de ella una necesidad urgente. Hoy en día, los desinformados a su vez pueden desinformar, por ejemplo, a través de sus redes sociales.

Aunque la AMI no se limita al internet. Hay mensajes complejos que también aparecen en televisión, libros, vallas publicitarias, juegos de video, entre muchos otros medios. Ante este panorama, la AMI ya hace parte de los contenidos curriculares escolares de muchos países, y es promovida por Naciones Unidas. Educadores en todo el mundo han descubierto que este tipo de aprendizaje es esencial para formar ciudadanos críticos.

Nota: muchas veces se usa el término en inglés, Media and Information Literacy (MIL)

Líneas Editoriales:



Empecemos por la locución ¿Cómo hablamos en SÓNICA?

Hay algo que tenés que saber y cuando te enterés te vas a sorprender mucho, pero te lo tenemos que decir

¡La “voz de locutor” no existe!

No te lo esperabas verdad, es necesario que sepas que lo que otras radios te han enseñado sobre cómo debe hablar un locutor o locutora no existe. En SÓNICA lo que nos importa no es si el tono de tu voz es muy grave o agudo, nos importa lo que tenés para compartir con nuestro público.

Durante estos años de trabajo descubrimos que a Omar y Rosita les gusta escuchar las cosas contadas como se las dirían sus amigos en la colonia o el colegio, por esta razón para comunicarnos con ellos usamos un lenguaje coloquial que sea claro, sencillo y familiar.

Todo es mejor con historias, eso no lo olvides nunca porque hasta el tema más elevado puede aterrizar si sabes contar un buena historia para comprenderlo.

Cómo decir las cosas de una forma más cool

En este momento, te pedimos que parés todo lo que estés haciendo y pongas toda tu atención a la siguiente lista de palabras que a veces usamos pero que a la hora de compartir contenido para SÓNICA es mejor cambiar por otra.

Interesante e Importante: son palabras vacías, en realidad las usamos porque no tenemos nada más que decir y además decir que algo es importante o interesante ¡No lo hace importante o interesante!

Antes de decir que algo es importante o interesante lo ideal es hacer que lo sea.

Diles no a las palabras vacías ;)

No es usted ni tú, sos vos: en SÓNICA nos gusta hablar de vos, es una forma de llegar directo a la persona que nos escucha, nos acerca y hace posible que Omar y Rosita se identifiquen con quien está en cabina.

¿Fuiste o fuistes?: como locutor y locutora profesional es necesario que tengas dominio del español e identifiques pequeños errores como este en tu vocabulario para poder corregirlos.

Si tenés dudas sobre alguna palabra no tengas miedo de preguntar (a google) o a tus compañeras y compañeros de trabajo.

Si por el contrario vos sos súper pilas con la gramática, recordá que burlarte al aire de quienes hablan de este modo no es una opción. Pero, por ejemplo, podrías crear un segmento para compartir tips para mejorar tu ortografía o resolver dudas sobre estas palabras confusas.

Joven, juventud, jovencitos y todas sus variantes: todo lo que dice “Joven” en su título lo hizo una persona mucho mayor eso es casi ley. Si estás pensando en el título de un programa o segmento esta es la palabra que tenés que evitar.

Pensá en si vos escucharías algo que se llame “Despierta con la juventud” “Jóvenes al poder” o “Notijoven” ¿Verdad que no?

Patojas, patojos, patojitos: igual que con la categoría “Joven” decir “Ay los patojos de ahora” o colocar un título como “Patojos chispudos” suena a un abuelito contando una historia de sus nietos. No olvides que vos sos parte de ese grupo de “Patojos” así que para comunicarte con Omar y Rosita pensá en cómo te comunicas con tus amigas y amigos.

Ahora vamos a platicar un poco sobre palabras que vulneran los derechos de las personas y a las que a lo mejor estamos acostumbrados, vas a encontrar la palabra y su equivalente para que podás cambiar los estereotipos y compartir mensajes desde el respeto.

Indio/indito/natural: tal vez alguna vez las has usado, puede ser que las usaras para decirle a alguien que es necio, tonto, feo o pobre. Estas palabras son parte del racismo y discriminación que han sufrido los pueblos mayas durante nuestra historia.

La forma correcta es “Persona maya”.

Traje típico: la indumentaria maya ha sido folklorizada y tomada como un producto que se comercializa sin conocimiento de su historia y significado dentro de la cultura maya, utilizar la palabra “Típico” para referirse a ella es discriminatorio y racista.

La forma correcta es “Traje maya”.

Dialecto maya: antes de contarte por qué usar este término es incorrecto definamos qué es idioma y qué es dialecto.

Idioma: La Real Academia Española define Idioma como la lengua de un pueblo o nación, o común a varios.

Dialecto: Según la Real Academia Española es la variedad de un idioma que no alcanza la categoría social de lengua. (rae.es, s.f.)

Por otra parte, la Academia Mexicana de la Lengua dice que un dialecto es la forma particular en la que un idioma se manifiesta en una zona o región, así es como en distintos países pueden hablar la misma lengua (idioma) pero con dialectos diferentes. (PICTOLINE, 2018)

Para explicártelo más fácil podemos decir que en Guatemala hablamos un dialecto del español distinto al que hablan en Argentina o en El Salvador.

Por esta razón los idiomas mayas son reconocidos como tales, porque son sistemas de comunicación verbal y escrita que ya está establecida que también tiene variantes (dialectos) dependiendo de la zona o región en la que se hable.

Podemos decir entonces que el Kaqchikel es un idioma y en Guatemala, Chimaltenango y Sololá se hablan dialectos distintos porque cada región tiene sus propias variaciones.

Imitar el acento de los pueblos mayas: esta es una forma directa de racismo y además demuestra falta de empatía. El idioma materno es distinto en cada persona y no en todos los idiomas encontramos los mismos sonidos; esto genera una variación en el acento de las personas cuando aprenden otro idioma.

Es como cuando en tu clase de inglés tenés que aprenderte un vocabulario nuevo que se hace muy difícil de pronunciar. Esto no tiene nada que ver con tu capacidad intelectual sino con que el español y el inglés suenan diferente y es natural que sea complicado copiar por completo un nuevo acento.

Lo mismo sucede con las personas que hablan un idioma maya y por esta razón imitar su acento en forma de burla va en contra de nuestros valores.

Negros/Personas de color: según la guía para periodistas de la Procuraduría de los Derechos Humanos referirse a las personas garífunas como negros o personas de color es un término peyorativo, discriminatorio y racista.

La forma correcta es “Persona garífuna” o “Afrodescendientes”

Personas con capacidades especiales o con capacidades diferentes: seguramente tengas muchas dudas sobre cómo expresarte respetuosamente cuando hablas de o con personas con discapacidad.

Al decir persona con capacidades especiales reiteramos la idea de que la persona tiene diferencia en sus “capacidades”, cuando en el término correcto la diferenciación se reitera en el ambiente y entorno sociocultural y no en la persona en sí misma. (PDH, 2015)

Cualquier término en diminutivo: cieguitos, tontitos, sorditos, etc: expresiones como estas tienen una fuerte carga de lástima y menosprecio hacia las personas con discapacidad.

Término incorrecto	Término correcto
Minusválidos	Persona con discapacidad
Inválidos	
Discapacitado	
Retrasado	Persona con discapacidad intelectual
Sordomudos	Persona con discapacidad auditiva
Ciego	Persona con discapacidad visual
Enfermo mental	Persona con discapacidad mental o discapacidad psicosocial

Bipolar	Persona con bipolaridad
---------	-------------------------

Infante/ Infantes: las niñas y niños son personas sujetas de derechos y llamarlos “Infantes” es una forma de hacer énfasis en la superioridad de la persona que lo dice.

Los términos correctos son: niños, niñas o niñez para no hacer distinción de género.

Comunidad LGBTI+

Hermafrodita: La palabra "Hermafrodita" se atribuye a dos dioses griegos: Hermes y Afrodita, que representan lo masculino y lo femenino. Sin embargo, es un término biológico utilizado para hacer referencia a un ser vivo que es portador de dos órganos genitales, atribuidos a hembra o macho. Es decir que tiene las funciones de un aparato mixto capaz de producir cromosomas de reproducción, es funcional en animales que viven en ecosistemas específicos.

En cambio, si una persona nace bajo la característica de portar ambos órganos genitales, el término correcto para dirigirse a ellas o ellos es Intersexual.

Lesbianismo: Esta referencia es incorrecta, porque al agregar a una palabra “ismo” se asume como una “doctrina o un término de investigación científica”, sin embargo, la palabra compuesta no corresponde a la práctica, contexto o realidad de las personas asumidas con orientación sexual lesbiana.

Hueco: la palabra hueco, es atribuida a una persona percibida como homosexual, un hombre que no asume las condiciones socialmente preestablecidas en los conceptos de masculinidad. Sin embargo, para nuestro tiempo la palabra ha tomado otros significados: considerando que es un sinónimo popular que se ha utilizado hoy en día para hacer chiste o burla a una persona que no tiene decisión propia, alguien que puede tener miedo de hacer algo. Aunque se tengan dos significados diferentes, el recargo de violencia sigue siendo utilizado para hacer inferior a una persona.

Marica: Marica se usa como insulto grosero hacia una persona homosexual. En el reconocimiento político la palabra marica toma otros significados, aunque algunas personas homosexuales menores de cuarenta años se sientan identificados no da lugar a que una persona use “marica” en una frase o para referirse a una persona, sin su consentimiento.

Machorra/Machona: Los términos marimacho, marimacha y machona, machorra o machota, son calificativos despectivos con los que se señala a las mujeres que manifiestan actitudes, comportamiento y lenguaje atribuido socialmente a los hombres. Sin embargo, si una persona se encuentra en proceso de cambio de su identidad de género, se debe de asumir como tal, utilizando el término de *Hombre Trans*. Aunque debe partir, del consentimiento de la persona, ya que el juego de términos calificativos por sus características de género, no siempre corresponden con la identificación personal que cada persona asume.

Poco hombre/ Pareces mujer: Es un término utilizado para insultar, basados en los roles de género que socialmente se han definido a un hombre y a una mujer, considerando que disminuir su condición de género (hombre a mujer) y de (mujer a hombre), les califica, les valora o segmenta como raros que se salen del patrón masculino o femenino, porque demuestran conductas no asociadas a su sexo.

Entendiendo esto se puede interpretar como la desvaloración del género femenino utilizándolo como un calificativo peyorativo, asumiendo que la mujer vale menos que un hombre.

Yo los tolero, pero... Esta frase tiene un recargo moral, que aparenta ser inclusiva pero no termina de dar el paso a asumir con plena convicción que una persona pueda asumirse homosexual o pase por un proceso Trans. Ahora bien, las personas que constantemente usan esta frase pueden experimentar una sensación de ser rechazados por no ser inclusivos con la diversidad sexual, ya que su religión, su valor moral o su propia personalidad excluye a las personas por ser diferentes.

Pasiva: Los roles sexuales que las personas asumidas como diversidad sexual, practican son condiciones personales que cada persona interioriza y deben quedar en lo privado. Aunque “pasivo”, “activo” o “versátil” son los términos correctos, se le da el recargo social atribuido al hombre y a la mujer asumiendo que la persona que asume un rol pasivo en su práctica

sexual es “la mujer” y quien asume ser activo es “el hombre” en la relación. Es por ello que se sigue reforzando la idea que una mujer tiene una condición inferior, por lo tanto, decirle a una persona “pasiva”, es disminuirle y colocarla en una posición en desventaja.

Loca: Es un término usualmente utilizado entre personas asumidas como gays, para referirse a ellos mismos. Dentro de su “grupo de confianza” la palabra loca, no busca lastimar, sino está dentro de los vínculos de amistad. Sin embargo, es una palabra que tiene un sentido de violencia verbal, a quien lo recibe.

Vestida: Es una palabra utilizada para denigrar o desprestigiar a una persona por vestir de la manera contraria a su sexo. Si se habla de una persona que constantemente se trans viste para un evento, una actividad, o para un show el termino correcto es Travesti.

Amanerado: Es un término atribuido a un hombre que se expresa, conduce y se comunica haciendo referencia a comportarse con expresiones atribuidos a una mujer. De nuevo es una palabra que busca minimizar la expresión de género de una persona que no encaja en los roles socialmente aceptados.

Mara: la Nota de orientación sobre las solicitudes de la condición de refugiados relacionadas con las víctimas de pandillas organizadas, incluye a las maras en la definición de pandillas organizadas y dice que son grupos que dependen en gran medida del reclutamiento forzoso para ampliarse y mantenerse. Por lo general reclutan jóvenes en situación de pobreza, sin hogar y que provienen de segmentos sociales que son ignorados y que se ubican en determinados barrios o zonas. Las pandillas organizadas se dedican a actividades delictivas y sus integrantes adquieren compromisos de por vida por lo que para muchos no es una opción salir de ellas pues son víctimas de amenazas y reacciones violentas en su contra. ((ACNUR), 2010)

Con toda esta información podemos decir que utilizar la palabra “Mara” en frases como “Fuimos al concierto, pero la mara se descontroló” durante un programa de radio puede provocar confusión en quienes escuchan.

Marero: La guía para periodistas de la Procuraduría de los Derechos Humanos dice que referirnos a los y las jóvenes como “Mareros” promueve la discriminación y la tendencia a criminalizar a la juventud y además sesga la información.

Como mencionábamos anteriormente las personas que forman parte de las maras viven en entornos sociales violentos que vulneran sus derechos, por esto referirnos a ellos y ellas de esta forma entrega toda la responsabilidad al adolescente y se obvia la responsabilidad que tiene el Estado de promover políticas adecuadas que permitan a la población acceso a educación, recreación, participación, empleo digno y el derecho a un contexto libre de violencia. Además, se generaliza la idea de que todas las personas jóvenes son un peligro.

El término correcto es: Persona joven integrante de pandillas.

Preso: la PDH indica que el termino correcto es “Privado de libertad” y se refiere a la persona que carece de su libertad a causa de algún ilícito.

Zonas rojas/ zonas marginales: estos son los términos que se usan comúnmente para referirse a los sectores en condiciones de vulnerabilidad. Al referirnos a estos espacios como zonas rojas o marginales estigmatizamos la procedencia del lugar donde viven las y los jóvenes.

El término correcto es: Sector en condiciones de vulnerabilidad.

Memes ofensivos: una de nuestras líneas editoriales es la solidaridad y compartir contenido “Gracioso” pero ofensivo puede causar confusión en el público pues los mensajes serían contrarios.

Puede ser que un meme esté muy en tendencia, pero si vulnera la dignidad de una persona o comunidad es preferible no compartirlo.

Burlarse de políticos o personajes conocidos

Para hablar de esto vamos a ir a dar una vuelta por la Constitución Política de Guatemala.

“Artículo 35.- Libertad de emisión del pensamiento. Es libre la emisión del pensamiento por cualesquiera medios de difusión, sin censura ni licencia previa. Este derecho constitucional no podrá ser restringido por ley o disposición gubernamental alguna. Quien

en uso de esta libertad faltare al respeto a la vida privada o a la moral, será responsable conforme a la ley.

Quienes se creyeren ofendidos tienen derechos a la publicación de sus defensas, aclaraciones y rectificaciones.

No constituyen delito o falta las publicaciones que contengan denuncias, críticas o imputaciones contra funcionarios o empleados públicos por actos efectuados en el ejercicio de sus cargos.

Los funcionarios y empleados públicos podrán exigir que un tribunal de honor, integrado en la forma que determine la ley, declare que la publicación que los afecta se basa en hechos inexactos o que los cargos que se les hacen son infundados. El fallo que reivindique al ofendido deberá publicarse en el mismo medio de comunicación social donde apareció la imputación. [...]”

Para ayudarte a comprender lo que acabas de leer, somos libres de expresar lo que pensamos, criticar y denunciar es nuestro derecho.

Hablando de funcionarios públicos, claro que podemos hablar, denunciar y criticar todo lo que tenga que ver con su gestión en el cargo que ocupen, como medio de comunicación es nuestro compromiso informar y abrir el espacio a la denuncia.

Ahora, una cosa es denunciar que durante la campaña electoral cierto candidato o candidata dio palanganas para promocionarse y que eso va en contra de la ley y otra muy distinta es hablar de la persona como tal, por ejemplo, llamarlos por su apodo y no por su nombre o comentar cualquier cosa que pueda vulnerar sus derechos.

Recordá que la coherencia es muy importante, no somos “Bullies”, no nos metemos con la apariencia o capacidades de las personas para reírnos de ellas, aunque sea un funcionario que nos cae muy mal.

Omar y Rosita necesitan informarse de la forma más crítica posible y si llenamos las noticias de comentarios burlones sobre las personas de las que hablamos nuestro mensaje puede llegar a ser confuso, e incluso, como lo dice el artículo 35, si esta persona cree que fue ofendida podría denunciar al medio de comunicación.

Antes de hacer cualquier tipo de comentario o publicar un contenido es necesario que investiguemos y que además evitemos ser amarillistas, en estos momentos es cuando tu profesional de la comunicación social debe salir y pensar dos veces antes de decir algo, porque una vez que lo dijiste o publicaste ya no tenés control sobre lo que pueda pasar.

OMG ¿Qué onda con las palabras en inglés? Existen dos casos especiales que involucran las palabras en inglés:

1. Pronunciación: la mayor parte de la música de SÓNICA es pop en inglés, si tenés dudas de cómo se dice el nombre de un artista o de una canción podés consultar en internet o con tus compañeras y compañeros de trabajo.

Algunas palabras pueden ser complicadas, si las ves en alguna nota que querrás compartir no dudés en buscar su equivalente en español para que el mensaje llegue claro a Omar y Rosita.

2. Explicación: hay palabras como “news feed” “screenshot” u “OMG” que para algunas personas pueden parecer muy familiares, pero para otras son completamente desconocidas. Si el contenido que querés compartir incluye expresiones como estas buscá su equivalente en español y si no tiene no te olvides de explicar su significado.

Fuera del aire/ fuera de micrófonos: el sueño de todas las personas que nos dedicamos a la radio es decir cosas como “Le puedes bajar el volumen a tu radio” o “Cómo platicábamos fuera del aire”, lo de bajarle el volumen a la radio a veces si es necesario de decir porque interfiere con la calidad del audio de la radio pero decir “fuera del aire” “fuera de micrófonos” son expresiones muy técnicas que no son necesarias y además suenan extraño.

Podés cambiarlas por “Estuvimos platicando” “Hace un ratito me contaste” y cualquier otra que se te ocurra.

Anunciar una pregunta: esto es otro recurso innecesario, es mejor decir de una vez lo que querés.

Palabrotas: el lenguaje soez puede sonar bastante pesado así que nuestra recomendación es evitarlo mientras estás al aire.

¿Cómo puedo crear nuevos segmentos?

Seguramente mientras estabas leyendo todo lo que ya te contamos sobre Omar y Rosita y nuestras líneas editoriales tu cabeza se llenó de ideas, desde ahí ya estás creando cosas nuevas para tu programa.

Te recomendamos que anotes en una libreta todas esas ideas por más locas que parezcan porque de ahí puede salir la sección más exitosa de tu nuevo espacio en la radio.

Cuando ya sepás qué segmentos te gustaría poner en la programación lee lo que está a continuación para que puedas pasar tus ideas del papel a la realidad.

Además de la Intro ¿Qué elementos de producción necesita mi programa?

La producción de tu programa es importante pues es la que muestra la personalidad que tiene y da una pista a Omar y Rosita de lo que van a escuchar.

Intro: es la presentación, lo primero que van a escuchar las personas como bienvenida a tu nuevo programa, es un identificador de lo que viene a continuación.

Outro: es la despedida del programa, en este podés contar cuándo será el siguiente programa para que nuestro publico pueda recordarlo.

Ligadores: una idea en 10 segundos, este formato lo podés usar para contar cosas concretas en un tiempo muy cortito. Ejemplo: un ligador para anunciar el número de whatsapp o nuestra página en Facebook.

Viñetas: este tipo de producción dura entre 30 y 40 segundos, en una viñeta podés compartir una idea un poco más extensa.

Rompecorte: suena en el corte que está justo al medio de cada programa y es una producción un poco más larga que un ligador y sirve para recordarle al público qué y a quién está escuchando.

Anuncio: este tipo de producción sirve para contarle a Omar y Rosita de qué va tu programa y la información básica para invitarlos a escucharte. Este tipo de producción tiene que durar 30 segundos.

Sellos: sirven para identificar la música, cada canción que suena debe sellarse en los primeros 5 segundos y podés crear sellos nuevos, por ejemplo, uno que indique que la canción que están escuchando es de artistas nacionales o si viene alguna canción romántica podés tener uno que diga “Ay mi corazón”.

Anuncios de presentación: este es un formato que tal vez no conocías, sirve para anunciar tu programa dentro de otro programa. Debe durar 30 segundos y en este anuncio podés contar cosas específicas que van a suceder en tu programa para que puedan sintonizarlo.

Ahora vamos con la personalidad de tu programa:

Presentación de segmentos: para presentar tus segmentos podés usar distintos formatos, podés usar ligadores o viñetas. Todo depende de lo que querés contar de cada segmento específicamente.

Fondos musicales: Los fondos ponen el ambiente al programa, podés usar uno que sea musical para un segmento tranquilo, pero si alguna vez querés contar una historia podés buscar un fondo que combine, con los fondos es posible transformar la cabina en una playa, en un bosque o en una marcha.

La gran biblioteca de efectos: los efectos de sonido pueden ayudarte en dos cosas, son elementos que dan detalles en una historia y también hacen énfasis en ciertos momentos y anuncian cosas. Por ejemplo, cada vez que suene una campana Omar y Rosita sabrán que ya viene el versus de canciones.

Ya tengo las ideas ¿Cómo las pongo en un guion?

En SÓNICA usamos dos formatos de guion. Están los guiones para producciones que se graban en el estudio y los guiones que se utilizan en un programa en vivo que contienen todo el contenido que se compartirá ese día.

Guion para grabar en el estudio:

1. Debe estar identificado con el nombre del programa, el nombre del segmento o la pieza de producción, el nombre de las personas encargadas de la locución y también el nombre de él o la productora y el logotipo de la radio.

PROGRAMA: 5 MINUTOS MÁS

SEGMENTO: HURGANDO CEREBROS

LOCUTORES: ANDREA CASTRO/ EDGAR ZAMORA

PRODUCTOR(A): DOMÉNICA MARÍN



2. Debe dividirse en tres columnas:

CONTROL:		Sonido playa
LOCUTORA:	1	Qué buenas vacaciones, estoy tranquila, sin tareas,
	2	comiendo esta granizada de piña con pepita...
CONTROL:		(FADE IN) Sonido de alarma
LOCUTORA:	3	¡Ya es tarde! ¡Me quedé dormida! ¡AIUUUDA!
CONTROL:		Entra fondo musical
LOCUTOR:	4	Si vos también vas tarde, subile volumen a la radio y corré
	5	que en 5 Minutos Más le ponemos la música a tus mañanas
	6	¡Se me olvidó la cartulina!

LOCUTORA:	7	
------------------	---	--

En la primera colocas el nombre de las personas a cargo de la locución y también indicas a la persona a cargo de producción, los momentos en los que entran elementos como música o efectos.

En la segunda numeras las líneas que los locutores dirán, si tu guion ocupa más de una página, vuelves a empezar la numeración en la página siguiente.

En la tercera columna escribes el texto que dirán los locutores y locutoras e indicas los espacios en los que entran o salen los efectos.

El texto debe tener un interlineado de 1.5, el tamaño de la letra es 12 y con alineación a la izquierda (No, no se pone justificado). Las intervenciones de la persona en controles ponelas en negrilla, sirve para identificar de forma sencilla cada intervención.

Podés ver un ejemplo en la sección de Anexos.

Guiones que usaré en cabina:

1. Debe estar identificado con el nombre del programa, el nombre de las personas encargadas de la locución y también el nombre de él o la productora y el logotipo de la radio.

GUION/ ESCALETA

PROGRAMA: 5 MINUTOS MÁS

NÚMERO DE PROGRAMA: 00

LOCUTORES: DIEGO MELENDRERAS

INVITADOS: ANDREÉ SANDOVAL

DURACIÓN: 3 HORAS

FECHA: 17 DE NOVIEMBRE DE 2015

CONTROL: DIEGO MELENDRERAS



2. Este formato de guion se divide en tres columnas:

HORA	CONTROL	CONTENIDO
6:00	PAUTA	CORTE Y NOTICIERO
	CANCIÓN	FEELS – KATY PERRY
	BIENVENIDA	Hola yo soy Diego Melendreras y estás escuchando 5 minutos más, para que te despertés vamos con Demi Lovato, esto se llama Cool for the summer
	CANCIÓN	COOL FOR THE SUMMER – DEMI LOVATO
	CANCIÓN	HELLO - ADELE
	REALIDAD ABSURDA PONER INTRO	Vamos con las noticias que son reales, pero parecen mentira...
	CANCIÓN	HISTORY – ONE DIRECTION
6:20	PAUTA	CORTE

1. Hora: sirve para marcar los bloques y son una guía para ti, te van a ayudar a saber en qué momento del programa estás.

2. Control: en esta columna debes indicar si es un momento de pauta, música o el nombre del segmento y si este tiene presentación.

3. Contenido: este espacio está dedicado al texto que será tu guía para compartir tu contenido y también para colocar el nombre de las canciones si fuera necesario. Debe estar redactado en lenguaje radiofónico para que su lectura sea fácil. El texto debe tener un interlineado de 1.5, el tamaño de la letra es 12 y con alineación a la izquierda.

Puedes ver un ejemplo en la sección de Anexos.

Todo lo que necesitas saber sobre el manejo de tiempo de tu programa está aquí:

Cada bloque de nuestros programas dura 20 minutos y ese tiempo se divide de este modo:

	Tiempo
--	--------

CORTE	2:00 min.
CANCIÓN	3:00 min.
INTERVENCIÓN	2:00 min.
CANCIÓN	3:00 min.
CACNIÓN	3:00 min.
INTERVENCIÓN	2:00 min.
CANCIÓN	3:00 min.
CORTE	2:00 min.
Total:	20:00 min.

Antes y después del corte siempre debe sonar una canción.

Excepciones:

Si estamos en una entrevista y el invitado necesita terminar su idea.

Si haremos un enlace y necesitamos ahorrar tiempo.

Intervenciones ¿Cuánto tiempo tengo para hablar?

Las intervenciones pueden variar en tiempo dependiendo del contenido que tengas para compartir, pueden durar entre 40 segundos y 2 minutos.

Cortes ¿A qué hora deben sonar?

Nuestra parrilla de programación incluye tres cortes por hora, deben sonar a la hora en punto, a la hora y 20 minutos y a la hora con 40 minutos.

Canciones ¿Cuántas canciones suenan en cada bloque?

En cada bloque de 20 minutos deben sonar 6 canciones, una después del corte, dos después de la primera intervención y una más antes del corte.

Si tienes una entrevista o enlace puedes dejar solo una canción entre las dos intervenciones.

AL AIRE

Capítulo 3



CAPITULO 3 AL AIRE

¿Cómo presento la radio?

Nos presentamos como SÓNICA 106 9 (sin el punto) o puedes simplemente decir SÓNICA de esta forma es más sencillo que Omar y Rosita puedan recordarnos e identificarnos.

Ahora platiquemos un poco sobre los retos que llegan cuando está al aire: entrevistas y enlaces en directo.

¿Qué hago con las entrevistas?

Define un objetivo: como absolutamente todo en esta vida, es mucho más fácil si lo planificamos, aunque no lo creas cada entrevista por más chiquita que parezca tiene un objetivo.

Puede ser que en algunas tu objetivo sea presentar el shampoo que huele más bonito, o hablar sobre los beneficios de desayunar avena, pero eso no quiere decir que no planifiques lo que quieres obtener de ellas.

Tal vez pienses que hablar de la avena no sea algo que a Omar y Rosita les interese, pero precisamente ese es tu objetivo, hacer que sea una entrevista tan chilera que ellos lo recuerden para toda la eternidad.

Si marcás tus objetivos vas a poder dominar incluso las entrevistas más complejas con mucha información en las que hables sobre violencia sexual o la realidad política de nuestro país.

Estructura de la entrevista: para poder realizar una entrevista y que pueda fluir, tomamos el boque completo, o sea de corte a corte. Acá te dejamos de nuevo la tabla para que puedas comprenderlo más fácil:

7:00	CORTE	
	CACNIÓN	
	INTERVENCIÓN	Entrevista
	CACNIÓN	
	INTERVENCIÓN	Entrevista
	CANCIÓN	
7:20	CORTE	

Tres tips básicos para entrevistar:

1. Investigar a la persona que entrevistarás: para hacer una entrevista, más siempre es más, mientras más sepás de tu entrevistado mejores preguntas podés hacer.

Las personas que llegan a la cabina no siempre están preparadas para la entrevista (aunque no lo creas) y esa es la razón por la que tu misión es saber de todo en caso de que tu invitada o invitado sea muy callado o no tenga mucha información sobre lo que está diciendo.

Si la entrevista te la asignó alguien del equipo de la radio no dudes en pedirle la información para que sepás de qué va tu entrevista, si ellos no tienen información siempre podés consultar en internet y si esa opción tampoco funciona te vamos a contar la clave del éxito...

Y la clave de éxito es ¡Dejar que tu invitada o invitado entre a la cabina 5 minutos antes de la entrevista! ¿Por qué? Porque ese tiempo lo podés aprovechar para platicar e informarte bien sobre quién es, cuál es su nombre, a qué se dedica, de qué va a platicarte hoy, si tiene redes sociales, y una cantidad infinita de cosas.

Ya con todo este conocimiento sobre tus invitados estás a cargo de presentar toda la información básica, especialmente cosas como horarios, fechas y redes sociales para que a Omar y Rosita no les queden dudas sobre estos datos.

2. Haz que sea dinámico: a continuación, un listado de las entrevistas más locas que se nos ocurrieron hasta hoy (este listado puede ser ampliado con tu creatividad)

La Jenga entrevista: la persona a cargo de la conducción del programa traerá un juego de Jenga a la cabina.

La persona entrevistada tendrá que participar en el juego sacando bloques sin botar la torre de Jenga mientras responde a las preguntas. Quien bote la torre deberá hacer alguna penitencia o reto.

Entrevista malabarista: el locutor o locutora traerá a la cabina pelotas pequeñas y se las entregará a la persona entrevistada, el reto es que las pelotas no se caigan al suelo todo esto mientras se van respondiendo las preguntas.

Entrevista con palabras prohibidas: se escogen dos palabras que no se podrán mencionar durante la entrevista, por ejemplo, Si y No, participan la persona invitada y el locutor o locutora.

Quién pierde, debe cumplir con algún reto.

Entrevista bailando: el locutor o locutora tendrá fondos musicales de diferente género, explicará al invitado que debe bailar según el ritmo que escuche, este cambiará con cada pregunta.

Esta entrevista como las anteriores puede ser transmitida en directo en cualquier red social para que Omar y Rosita puedan vivir la experiencia de formas distintas.

Entrevista con opciones: las preguntas estarán separadas en sobres de colores diferentes, la persona invitada elegirá una por una sus preguntas. Escondidas entre los sobres estarán algunas preguntas chistosas que si o si debe responder.

Rompe hielo: te dejamos por acá una lista de juegos que podés hacer antes de la entrevista para que tu invitada o invitado se sienta en confianza y pueda platicar ya sin nervios.

Adivina la canción: en hojas se imprimen emojis que representen el título de una canción, estos se presentan al invitado o invitada quién deberá adivinar el título. Si falla más de 2 veces deberá cumplir con un reto.

Papelitos misteriosos: en pequeños papelitos se escriben preguntas chistosas como *¿Alguna vez le rompiste el corazón a alguien?* El invitado o invitada deberá responder a cada una sin excepción.

Responde una pregunta con una pregunta: el locutor o locutora hará preguntas al invitado o invitada quién deberá responder con una pregunta, el primero que se quede callado o no responda de la manera indicada deberá cumplir un reto. Ejemplo:

Locutor: ¿Qué tal tu día hoy?

Invitado: ¿Hace calor verdad?

¿Qué prefieres? En esta dinámica se le presentan a la persona invitada opciones y tendrá que elegir solo una. Esta dinámica sirve para poder armar un mapa de la persona y eso permite que Omar y Rosita puedan conocerlo mejor.

Ejemplo:

¿Helado de vainilla o de chocolate?

¿Vivir en la luna por un mes o viajar al fondo del mar?

3. Planifica las preguntas que harás:

Ya que definiste un objetivo y el tipo de entrevista que querés hacer es hora de preparar las preguntas.

Recordá que la información básica vos ya la tenés que saber desde antes así que esa información la podés incluir en la introducción a la entrevista.

¿Recordás que hablamos de investigar sobre el invitado? Acá es cuando vas a usar toda tu investigación para armar preguntas que no sean las típicas que les hacen en todos lados.

Al conocer bien a las personas podés preguntar por detalles de los que ellos podrán platicar mucho más. A Omar y Rosita les gusta la información inédita y tu misión es darles lo que quieren.

En la sección de anexos vas a encontrar un ejemplo.

El mapa de las entrevistas:

Cuando las personas invitadas ya llegaron hay ciertos pasos que tenés que completar para que este proceso sea todo un éxito, avanzá a la siguiente página porque ahí te dejamos el mapa que debés seguir.

La guía de invitados (as)

¡Hola somos los invitados!



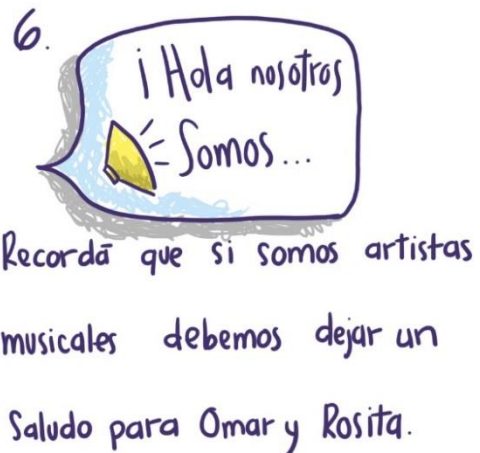
Y esto es lo que debes hacer cuando te visitemos:



Antes de empezar, no olvides notificar al departamento de Relaciones Públicas que ya llegamos.



Explicanos cómo funciona el equipo



Es hora de hacer un enlace

¿Qué es un enlace?

Los enlaces en directo o enlaces remotos son pequeñas intervenciones de otra persona que está en un lugar distinto a las instalaciones de la radio durante un programa. Pueden hacerse vía telefónica o utilizando aparatos de transmisión más sofisticados.

¿Qué tipos de enlaces existen?

Entrevistas: estos enlaces nos conectan con una persona ajena a la radio que nos compartirá información. Este tipo de enlaces suelen ser realizados a través del teléfono y debes prestar atención a las instrucciones que te den pues en algunos casos ellos te llamarán y en otros vos debés contactarlos.

Estos enlaces dependen mucho de la coordinación previa porque algunas personas tienen el tiempo exacto, así que debes tener todo listo a la hora indicada para que el horario pueda cumplirse.

Enlaces con el equipo de SÓNICA: estos pueden realizarse durante las visitas de la cabina espacial y también en diferentes eventos desde los que se planea transmitir en vivo.

Estos son realizados con un transmisor especial con señal de internet que se conecta directamente a la consola de la cabina de transmisión.

Tips para hacer enlaces pro:

1. Define un objetivo: como en las entrevistas, en los enlaces es necesario que sepas qué querés comunicar.

2. Conversa con el enviado antes de empezar: si vos sos quien está en cabina y recibirás el enlace, platica antes de empezar con la persona con la que te conectarás para que ambos sepan de qué hablarán y no pierdan tiempo en improvisar. Podes comunicarte por whatsapp o por llamada antes de esta forma si por ejemplo, en este enlace se realizará una entrevista vos puedes mencionarlo al aire cuando presentes la intervención de tu compañero o compañera.

¡No te olvides de grabar! Asegurate de estar grabando el programa para poder tener siempre una copia de los enlaces que hagas.

3. Si sos el enviado usa tus 5 sentidos: eso de ser “El enviado” se lee chistoso pero tu papel de enviado especial es clave para un enlace exitoso.

Para hacer enlaces es necesario que pongás atención a lo que estás percibiendo con todos tus sentidos, ¿A qué huele el lugar? ¿Cómo se ve? ¿Qué tal está el clima? ¿Hay muchas personas o pocas? ¿La gente con la que estás es enérgica o aburrida? ¿Llevas muchas horas esperando algo? ¿Tenés algún invitado especial en tu enlace?... y la lista de preguntas es infinita, todas te van a servir para poder pintar un cuadro en la mente de Omar y Rosita, vos estás a cargo de lograr que se sientan parte de ese lugar en el que estás, tu misión es hacer que vivan la experiencia con la mayor cantidad de detalles posible.

Estructura de los enlaces: después de que ya hablaste con la otra persona, ya sabés de qué va el enlace que van a hacer es necesario que siempre hagas una prueba.

La consola de la cabina te da la opción de probar en la opción “Previo” y escuchar si todo funciona correctamente, esto para evitar que presentes el enlace y a la mera hora no se escuche nada porque algo en el equipo falló o porque se cortó la llamada “*Siempre preparado, nunca imprevisto*” (meme)

Presentación: Si seguiste todos los pasos hasta acá y ya definiste un objetivo, hablaste con la persona que hará el enlace, usaste tus 5 sentidos para contar lo que está sucediendo y realizaste la prueba para verificar que todo funcione bien seguramente ya tenés un montón de información para poder presentar tu enlace.

Si estás en la cabina podría ser algo como esto:

DIANA:	<p>En este momento nos vamos a comunicar con Melu que hoy está en el centro 9/40 de Fe y Alegría con la cabina espacial y el reto 106 9.</p> <p>Este reto tiene 4 estaciones en las que vos vas a probar todos tus conocimientos para saber qué tan pilas sos para mantenerte segura y seguro en internet y si te dejás o no engañar por las noticias falsas.</p> <p>Hola Melu ¿Cómo estás?</p>
---------------	---

Si vos sos la persona que está en el lugar podés hacer algo así

MELU:	<p>Hola Diana, hoy la cabina espacial aterrizó en el centro 9/40 de Fe y Alegría, hace mucho calor, pero eso no impidió que los chavos y chavas que participaron en el reto 106 9 dieran lo mejor.</p> <p>Ya tenemos grupo ganador, están aquí conmigo en la cabina listos para presentarse...</p>
--------------	--

La repetición es importante porque la radio va muy rápido y Omar y Rosita no están prestando atención a cada segundo de transmisión, por eso es recomendable que repitas con quién estás hablando y dónde está la persona.

Tiempo: Los enlaces deben ser cortos, pueden durar entre 2 y 4 minutos dependiendo del lugar o evento desde el que se transmite y el contenido que vamos a compartir.

Planifica qué preguntas harás: La estructura de los enlaces es menos flexible que la de las entrevistas porque su tiempo es más corto y debes transmitir las ideas lo más claro posible.

Prepará entre 3 y 4 preguntas y compartilas con la persona con la que te conectarás para que tenga listas sus respuestas y no le caigan de sorpresa y se quede sin saber qué responder.

¡Dile no a la improvisación en los enlaces!

Guía de enlaces:

1



Ponete en
Contacto con
la otra persona



Definan de qué
hablarán durante
el enlace

3



Hagan una prueba
para comprobar
que todo el equipo
funcione correctamente.

4 Si estás en el lugar
del enlace...



Usa tus 5 sentidos
para contarle a Omar
y Rosita lo que estás
viendo.

5



Si estas en
cabina poné
en contexto
al público
antes del enlace.

Contales con quién vas a hablar
y dónde está.

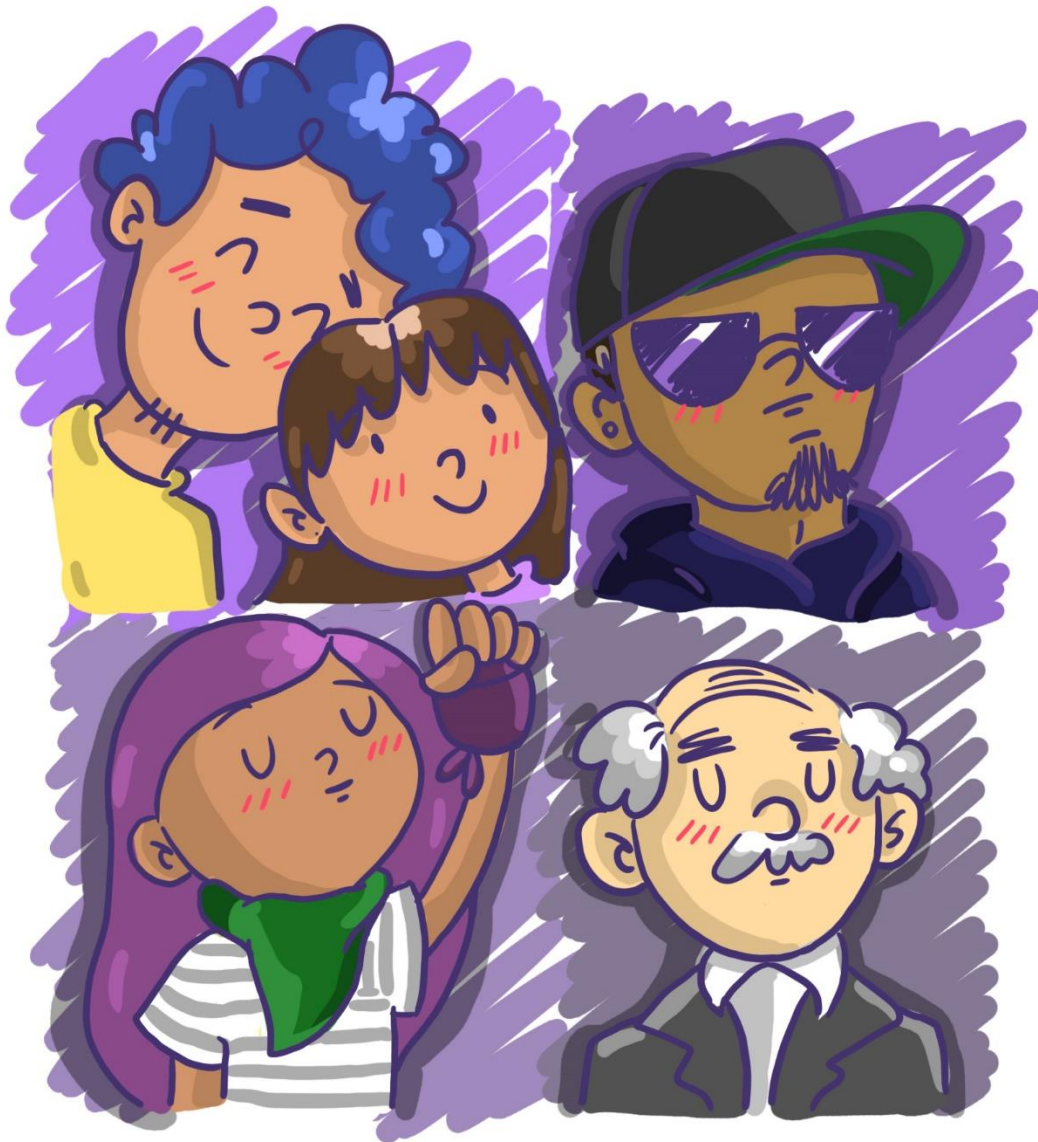
6



Hagan que sea
una plática chileta.

Invidas (os)

Capítulo 4



CAPITULO 4 INVITADOS

Te presentamos el semáforo de los invitados:

Este es un semáforo que te va a ayudar a elegir a tus invitados, están en orden de prioridades. Las personas invitadas pueden ayudarte a enriquecer tu programa con sus voces y opiniones. Mientras más historias contemos más lejos llega nuestro mensaje.

Verde: esta es el área de “*Super si*” de los invitados e invitadas, en esta categoría encontramos a:

- Omar y Rosita (nuestro público objetivo)
- Artistas Nacionales (que sean del interés de Omar y Rosita)
- Chavas y chavos que estén destacando por su trabajo.
- Organizaciones de jóvenes que trabajan con jóvenes.

Como podés ver en el color verde de este semáforo están las fuentes primarias de historias e información sobre cómo los chavos y chavas de nuestro país perciben y experimentan la realidad.

Antes de invitar a cualquier otra persona tomamos en cuenta lo que ellos y ellas tienen para contarnos.

Amarillo: esta es el área del “Si” de las personas invitadas a participar en nuestros programas. Son personas que siempre tendrán un espacio en la programación, pero no son la prioridad.

Acá encontramos a:

- Artistas nacionales que no sean del interés específico de Omar y Rosita.
- “Expertos y expertas” antes de invitar a una persona *suuuuuper* experta en un tema es necesario que lo consultes en mesa de redacción. Claro que el aporte de personas con mucha experiencia es valioso, pero también debemos ver que sus características se ajusten al estilo de nuestra radio. Por ejemplo si querés hablar de menstruación invitar a un doctor que suene super viejito pero con 30 años de experiencia no es la mejor opción pues Omar y Rosita no se sentirían muy cómodos de platicar sus dudas con alguien muy mayor.
- Artistas Internacionales: es *bien chilero* poder entrevistar artistas de otros países, incluso en la radio hemos hecho entrevistas en las que los invitados hablaban en portugués y la conductora en español, son experiencias increíbles, pero antes de pensar en destacar a un

artista internacional debemos promover el trabajo de los artistas nacionales que necesitan el espacio de la radio para dar a conocer su música.

-Organizaciones que trabajan con la sociedad: todas las personas que trabajan por el beneficio de las comunidades son bienvenidas, acá se clasifican las organizaciones que no trabajan directamente con jóvenes.

Rojo: esta es la sección del “sí... pero mejor no” de nuestro semáforo.

-Marcas: obviamente por las relaciones públicas de la radio en algún momento te va a tocar entrevistar a alguien que venga a platicar sobre avena, leche o un aparato tecnológico que metés adentro de tu closet y plancha la ropa (Historia real) pero no son nuestra prioridad. Son inevitables en momentos, pero tratamos de que no sean la mayoría de las entrevistas que realizamos.

-Señores y Señoras: como te mencionaba arriba, para que Omar y Rosita se identifiquen con nuestro contenido y tu programa los invitados deben ser personas que les hablen en su mismo idioma, que sea un espacio en el que tengan la confianza de platicar y pues a alguien muy mayor solo le van a decir cosas como *¡Ya siéntese señor!* Porque no van a entender lo que les dice.

-Eventos que no son de interés para Omar y Rosita: una vez tuvimos una entrevista en la que el INGUAT (Instituto Guatemalteco de Turismo) invitaba a todas las cadenas de Hoteles, empresas de viajes y Aerolíneas a una convención que además era carísima en un hotel lujoso, ese definitivamente no era un evento para Omar y Rosita.

Como ese hay muchos, si un día tenés que hacer una entrevista de esas pues ya ni modo, pero cada vez que penses en recomendar alguna actividad o invites a alguien a que lo cuente en tu programa recordá que todo nuestro trabajo gira en torno a nuestro público objetivo, sus intereses y posibilidades.

El semaforo de invitados



- Omar y Rosita
- Organizaciones de jóvenes.
- Chavas y chavos que hagan cosas chileras.
- Artistas Nacionales del interés del público.
- Artistas nacionales que no sean del interés del público.
- Expertas y expertos
- Artistas internacionales.
- Organizaciones que trabajan con la sociedad en general.
- Marcas
- Señores y Señoras
- Eventos que no son del interés de Omar y Rosita

Capítulo 5

Redes Sociales



CAPITULO 5 REDES SOCIALES

¿Cómo interactuar en redes sociales desde la cabina?

Whatsapp: esta es la red social que más vas a usar cuando estés en cabina, es una forma de comunicación directa con Omar y Rosita, hay cosas que necesitas saber sobre tu interacción en whatsapp desde la cuenta de SÓNICA.

1. Lo que te cuentan es confidencial: vas a darte cuenta de que los chavos y chavas van a compartir con vos muchas cosas, desde sus historias más chistosas hasta experiencias dolorosas de su vida que tal vez no le han contado a nadie antes. Toma en cuenta de que lo hacen porque confían en SÓNICA y en vos y por eso les debes todo el respeto del universo.
2. Somos un espacio seguro en el que respetamos las opiniones de todas y todos, si alguien te dice algo con lo que vos no estés de acuerdo no significa que su opinión no sea válida, el diálogo es importante y todas las opiniones cuentan pues así cada uno y cada una puede formar sus propios criterios.
3. No usamos lenguaje soez: al igual que estando al aire, en whatsapp debes guardar el mismo respeto por las personas con las que interactuas y tomar en cuenta que no todas se sienten a gusto escuchando este tipo de lenguaje.
4. No respondemos a los insultos: si alguien escribe un comentario grosero hacia vos o hacia alguien más, puedes enviar tu texto como mensaje automático que le recuerde que nuestro chat es un espacio de respeto.
5. No damos información personal: por tu seguridad y la de nuestro público objetivo no es permitido compartir tu información personal como número de teléfono, dirección o rutas que tomas para transportarte.
6. Solo las y los conductores pueden responder en whatsapp: al inicio de nuestro trabajo en SÓNICA alguien ajeno al equipo de conductores ingresó a la cabina y envió mensajes de whatsapp burlándose de uno de los chavos que nos escribía. Él se quejó y tuvimos que restringir la entrada a la cabina a personas que no sean parte de nuestro equipo de trabajo. Como lo platicamos anteriormente, whatsapp es nuestro canal directo de comunicación, así que debe ser utilizado con responsabilidad y coherencia.

7. Comparte tus experiencias con el equipo: si en algún momento sos víctima de acoso a través de whatsapp comunicalo de inmediato al equipo para que las medidas necesarias puedan ser tomadas y nos aseguremos de que nadie vulnere tus derechos.
8. No olvides responder: es indispensable enviar una respuesta a cada persona que nos escriba, esto crea la relación de confianza que nos permite conocer a nuestro público.
9. Tu personalidad es valiosa: platicá en whatsapp con Omar y Rosita como lo haces al aire mientras les compartís contenido. Hablales de vos y tomate el tiempo de leer y escuchar cada una de sus historias.
10. Al iniciar tu programa cambia la foto de whatsapp del turno anterior por la tuya para que Omar y Rosita sepan con quién están hablando.

Facebook:

1. Las publicaciones en Facebook son realizadas por el departamento de comunicación digital, si necesitás que algo sea publicado durante uno de tus programas recordá incluirlo en tu planificación y presentalo a la mesa de redacción para que todos tengan conocimiento y las publicaciones sean preparadas a tiempo.
2. Inbox: en la cabina de transmisión la cuenta de Facebook de Omar y Rosita te da acceso a los mensajes directos que entran a nuestro buzón de Facebook, podés revisarlos para responder si alguien que está escuchando envió un comentario o saludo. No olvides informarle al equipo de comunicación digital que lo harás para que ellos tengan conocimiento de la persona que está respondiendo.
3. ¿Qué hay en SÓNICA? Podés tomarte tiempo para revisar nuestra página de Facebook y compartir en tu programa el contenido que Omar y Rosita pueden encontrar ahí.

Instagram:

1. Al igual que en Facebook el contenido para Instagram debe ser planificado con tiempo para que pueda ser publicado a tiempo y es el departamento de comunicación digital el que se encarga de hacerlo.
2. Es una plataforma que te permite realizar muchas dinámicas así que aprovechalas.
3. La respuesta a comentarios y mensajes directos está a cargo del departamento de comunicación digital.

Twitter:

1. En esta plataforma también podés crear dinámicas que provoquen la participación de Omar y Rosita (no es su red social favorita) pero tu creatividad se encargará de darles contenido que les interese.
2. Recordá que en Twitter los mensajes no pueden ser editados así que debes tener mucho cuidado antes de publicar algo en esta plataforma.
3. Si realizaraás alguna dinámica en twitter no te olvides de notificar al departamento de comunicación digital.

Invitados en las redes:

1. Cuando tengás invitados en la cabina recordá tomarte una foto con ellos. Comunícate con el departamento de comunicación digital para que puedan ponerla en nuestras redes sociales.

Capítulo 6



CAPITULO 6 TERMINOS ESPECÍFICOS

ASEC: es la Asociación de Servicios Educativos y Culturales y cuenta con distintas obras, SÓNICA es una de ella y forma parte de su grupo radial.

Ediciones ASEC, los Talleres Gráficos y el Instituto de Educación Radiofónica IGER también son obras de ASEC.

IGER: se fundó en 1979 bajo el concepto de institución y se ha sostenido por más de 40 años. Sus inicios estuvieron inspirados por el sacerdote jesuita Padre Franz von Tattenbach, un jubilado alemán que vio en Centroamérica la oportunidad de desarrollar programas educativos de fácil acceso.

IGER se desempeña como una institución que contribuye al desarrollo ofreciendo programas de alfabetización, primaria, ciclo básico, bachillerato y educación bilingüe a personas de escasos recursos.

Su metodología de funcionamiento se titula: “El maestro en casa” y está basada en los programas a distancia de Radio ECCA, Islas Canarias, España.

Cabina Espacial: es un proyecto que SÓNICA inició en 2017 con el objetivo de acercar la radio a los chicos y chicas como Omar y Rosita que necesitan un espacio para poder expresarse y aprender.

Esta cabina que es armable viaja a diferentes centros educativos y se instala para que los chicos y chicas puedan tener la experiencia de estar al aire. Con el tiempo el proyecto ha cambiado y las actividades que se realizan varían según las nuevas necesidades de Omar y Rosita.

Deutsche Welle DW: es la radio y televisión pública alemana (algo así como Alemania para el mundo) pues no solo publican contenido sobre su país sino del mundo.

A través de su división Akademie, apoya para el desarrollo de medios de comunicación en países como el nuestro, para promover la participación en los medios de la ciudadanía y defender los derechos de libertad de expresión y acceso a la información. SÓNICA nació como un proyecto de Deutsche Welle Akademie y aún cuenta con financiamiento de esta institución

CREACTIVOS: es un curso de vacaciones en el que chavos y chavas como Omar y Rosita pueden aprender a hacer radio y también se convierten en expertos en clasificar la información que reciben en todos los medios de comunicación a los que están expuestos.

Este curso de vacaciones se realizó por primera vez en 2015 y se repite cada año entre octubre y diciembre.

Puente Belice: El Proyecto Educativo Laboral Puente Belice es una alternativa de vida para las chavas y chavos que viven en zonas vulnerables de Guatemala.

Ellos capacitan a los jóvenes en tres dimensiones: académica, laboral y psicosocial. Este proyecto busca que todos los chavos y chavas que participan puedan creer en sí mismos mientras estudian y trabajan. De esta manera logran fomentar en ellas y ellos el deseo de continuar avanzando con sus estudios universitarios para ser candidatos competentes que puedan ingresar al mercado laboral y desempeñar exitosamente el trabajo que les asignen.

Este proyecto prepara a los chavos y chavas para ser líderes y modelos a seguir para las personas que integran su comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

- (ACNUR), A. C. (2010). *Nota de orientación sobre las solicitudes de la condición de refugiado relacionadas con las víctimas de pandillas organizadas*. Ginebra. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de <http://bit.ly/2HvSVUN>
- Angrosino, M. (2012). La observación participante. En M. Angrosino, *Etnografía y observación participante en la investigación cualitativa* (pág. 38). Madrid: Ediciones Morata.
- blablanegocios.com. (16 de 12 de 2016). *blablanegocios.com*. Recuperado el 3 de 10 de 2019, de <https://blablanegocios.com/comunicacion-digital-consiste/>
- Capriotti, P. (1994). Estructura de Públicos de una Organización. En P. Capriotti, *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa* (pág. 47). Málaga : Instituto de Investigación en Relaciones Públicas .
- Diccionario, G. (s.f.). Recuperado el 9 de agosto de 2019, de https://www.google.com/search?ei=dBZOXcePM-Pv5gKTs4jQBA&q=google+diccionario&oq=google+diccionario&gs_l=psy-ab.3..0i71l8.0.0..49261...0.0..0.0.0.....0.....gws-wiz.p40seJyRt2E&ved=0ahUKewjHmaGxjPjAhXjt1kKHZMZAkoQ4dUDCAo&uact=5
- Enciclopedia de filosofía de Standford*. (12 de agosto de 2016). Obtenido de <http://plato.stanford.edu/entries/multiculturalism/>
- Española, R. A. (s.f.). <https://dle.rae.es>. Recuperado el 9 de agosto de 2019, de <https://dle.rae.es/?id=TlvEXgq>
- Española, R. A. (s.f.). *rae.es*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <https://dle.rae.es/?id=EmzYXHW>
- Juan Luis Álvarez-Gayou Jurgenson, S. M. (s.f.). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Recuperado el abril de 2019, de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html#nota0>
- Kvale, S. (2011). Las entrevistas en la investigación cualitativa. En S. Kvale, *Las entrevistas en la investigación cualitativa* (pág. 32). Madrid: Ediciones Morata.
- MAPS, G. (s.f.).
- ONU. (1972). *Primera conferencia internacioonal sobre el medio humano*. Estocolmo.
- PDH, P. d. (2015). Defensoría de las personas con discapacidad. En J. E. Duque, *Guía para periodistas* (pág. 42). Guatemala: Procuraduría de los Derechos Humanos.
- PICTOLINE. (julio de 2018). *pictoline.com*. Recuperado el 21 de mayo de 2019, de www.pictoline.com

Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la investigación. En R. H. Sampieri, *Metodología de la investigación* (pág. 9). México DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

SÓNICA. (2015). *Manual de Estilo*. Guatemala.

Think&Start. (23 de mayo de 2014). *es.shopify.com/blog*. Obtenido de <https://es.shopify.com/blog/14228541-hablando-de-coworking-objetivos-y-beneficios-infografia>

UNESCO. (2000). *Archivo web UNESCO*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <https://waybackarchive-it.org>

UNESCO. (2015). *unesco.org*. Recuperado el 17 de Mayo de 2019, de <http://e.unesco.org>>igualdad de género

Unidas, O. d. (20 de Diciembre de 2018). *un.org*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <https://www.un.org/es/events/humansolidarityday/>

Wikipedia. (2018). *Trabajo cooperativo*.

ANEXOS

Ejemplo de guion para grabar en el estudio:

PROGRAMA: 5 MINUTOS MÁS
SEGMENTO: HURGANDO CEREBROS
LOCUTORES: ANDREA CASTRO/
 JOSÉ RAMIREZ/ EDGAR ZAMORA
PRODUCTOR(A): DOMÉNICA MARÍN



CONTROL:		(Música de Halloween)
CONTROL:		(Sonido de algo viscoso)
ANDREA:	1	¡Aja! por acá veo que te has ido de viaje a un montón de lugares!
	2	
		(Sonido de algo viscoso)
CONTROL:		Aaaah y tampoco te gusta él brócoli
ANDREA:	3	Y además tu canción favorita es Hello de Adel
	4	y esto si está bueno, tu crush se llama...
	5	
		(Sonido de disco rayado)
CONTROL:		¡NOOOO! ¡YA DEJÁ DE ESTAR HURGANDO MI CEREBRO!
JOSÉ:	6	
	7	oops lo siento
ANDREA:	8	(Entra fondo musical)
CONTROL:		En 5 minutos más te presentamos hurgando Cerebros la sección en la que descubrirís todo lo que querés saber de la gente más cool y divertida de Guatemala
EDGAR:	1	(Sale fondo musical/ fade out)

CONTROL:	2 3	
-----------------	--------	--

Ejemplo de guion programas en vivo:

GUIÓN/ ESCALETA**PROGRAMA:** 5 MINUTOS MÁS**NÚMERO DE PROGRAMA:** 00**LOCUTORES:** DIEGO MELENDRERAS**INVITADOS:** DE LA RUT**DURACIÓN:** 3 HORAS**FECHA:** 03 DE AGOSTO DE 2017**CONTROL:** DIEGO MELENDRERAS

Hora	Control	Contenido
6:00	CANCIÓN	
	BIENVENIDA	<p>Saludo: Hola, soy Diego Melendreras, esto es 5 Minutos Más y sí, yo también tengo sueño porque recién son las 6 de la mañana con 6 minutos, pero no importa porque hoy es 03 de agosto de 2017, eso quiere decir que estamos de aniversario así que preparate porque vamos a tener de todo hoy :D</p> <p>No olvides seguirnos en tooodas las redes sociales, nos encontrás como sonicagt en todas partes.</p> <p>Vamos a escuchar música nacional, esto es Preciosa de Malacates, estás escuchando SÓNICA 106 9</p>
	CANCIÓN	PRECIOSA - MALACATES
	MENCIÓN	<p>CINE</p> <p>Como andamos de aniversario pues ¿Qué creés? Tenemos entradas al cine para vos.</p> <p>Si participas vas a poder ir a ver Transformers el último caballero.</p> <p>Dos especies en guerra: los humanos y los Transformers; mientras que Optimus Prime se ha ido. La clave para</p>

		<p>salvar el futuro está enterrada en los secretos del pasado, en la historia oculta de los Transformers en la Tierra.</p> <p>Salvar el mundo está en manos de una alianza única: Cade Yeager, Bumblebee, un noble inglés, el XII Conde de Folgan y una profesora de la Universidad de Oxford ...los perseguidos se convertirán en héroes; los héroes se convertirán en villanos y sólo un mundo sobrevivirá: el de los transformers o la Tierra.</p> <p>¿Se escucha buena verdad? Si querés participar por un pase doble para verla este 6 de agosto, a las 7 de la noche en Cinépolis de Miraflores, lo que tenés que hacer es escribirme a whatsapp (31607332) y contarme ¿Cuántos años cumple SÓNICA hoy?</p> <p>Al final del programa voy a anunciar a la persona ganadora de estos super pases dobles para ver Transformers. El último caballero. ¡Pilas!</p>
	CANCIÓN	SECRETS – ONE REPUBLIC
1:20	PAUTA	
	CANCIÓN	UP – DEMI LOVATO & OLLY MURS
	<p>SE PRENDIÓ ESTA ONDA</p> <p>(PONER INTRO DEL SEGMENTO)</p>	<p>Si, así como lo escuchas estoy a punto de recomendarte una aplicación que puede cambiar tu vida jaja.</p> <p>Si a vos no te va taaaan bien que digamos en tu clase de inglés porque se te hace difícil aprenderte el vocabulario está app te va a ayudar a practicar cada vez que querás desbloquear tu celular.</p> <p>Esta App se llama Word Bit y tiene más de 15 mil palabras y expresiones en inglés que vas a poder aprender. Lo chilero es que aparecen automáticamente en tu pantalla cuando desbloqueas tu teléfono.</p>

		<p>Además, tiene otras funciones como audios y test para cuando vayas subiendo de nivel :D</p> <p>Si querés descargarla te paso el enlace directo por nuestro whatsapp 31607332</p> <p>Enlace: https://cutt.ly/EhJf3l</p>
	CANCIÓN	MIDDLE – DJ SNAKE & BIPOLAR SUNSHINE
	MENCIÓN	<p>Escuchaste Middle de Dj Snake y Bipolar Sunshine acá en 5 Minutos Más, yo soy Diego Melendreras y hoy es 3 de agosto.</p> <p>Si no sabés por qué en SÓNICA nos emociona tanto esta fecha pues es porque HOY ES NUESTRO ANIVERSARIO.</p> <p>Y no solo eso, regresando del corte, vas a poder escuchar totalmente en vivo a una de nuestras bandas nacionales favoritas que vienen a celebrar con nosotros.</p> <p>Si querés saber quiénes son, no te despegués de nuestra programación.</p> <p>Vamos mientras con Rihanna y Drake, esto es Work, ya regreso.</p>
	CANCIÓN	WORK – RIHANNA & DRAKE
1:40	PAUTA	
	CANCIÓN	DE LA RUT EN VIVO

	ENTREVISTA	<p>Lo que acabas de escuchar es De la Rut totalmente en vivo acá en SÓNICA, vinieron a celebrar con nosotros nuestro aniversario.</p> <p>Hoy están acá en la cabina Dina, René, Édgar, Jorge, Luis y Ronal ¿Cómo están?</p> <p>Acá en SÓNICA nos gusta conocer las cosas más curiosas de nuestros invitados más allá de la música, tengo una pregunta algo inusual para ustedes, a ver quién se anima a responderla</p> <p>Pregunta: ¿Quién es el que siempre llega tarde a los ensayos?</p> <p><i>(Respuesta de ellos)</i></p> <p>Ok, muchas gracias por la sinceridad jajaja, vamos con más música en vivo.</p>
	CANCIÓN	DE LA RUT EN VIVO
	ENTREVISTA	<p>(PONER EFECTO DE APLAUSOS)</p> <p>Estás escuchando 5 minutos más acá en SÓNICA 106 9 en nuestro aniversario y De La Rut nos está poniendo el ambiente con su música en vivo.</p> <p>Hoy, además, ellos nos van a presentar su nuevo sencillo Sonrisa Láser :D</p> <p>¿De qué va la canción?</p> <p><i>(Respuesta de ellos)</i></p>

		<p>Sonrisa Láser ya tiene video y lo encontrarás en su canal de youtube cuéntenos algo chilero de los días de grabación de este video.</p> <p><i>(Respuesta de ellos)</i></p> <p>Si te está gustando su música no te olvides de seguirlos en redes sociales para estar al tanto de todo lo nuevo que van a estar haciendo. Los encontrarás como: De La Rut en Facebook y en Instagram.</p> <p>Ahora por favor, preséntenle su canción a todos los chavos y chavas que nos escuchan</p> <p><i>(Presentan la canción)</i></p>
	CANCIÓN	DE LA RUT EN VIVO
2:00	PAUTA	

Ejemplo de entrevista:

CORTE	
CACNIÓN	
INTERVENCIÓN	Invitado: Jose Soto, presenta su canción Madrid

	<p>Info: Jose soto es un chavo guatemalteco que ama la música, en 2015 se mudó a Boston en Estados Unidos para estudiar música en la universidad de Berklee. Jose es super talentoso y hoy viene a presentarte su nuevo sencillo que se llama Madrid.</p> <p>Dinámica: papelitos misteriosos</p> <p>Preguntas: ¿Cómo te sentís de volver a Guatemala con tu nueva canción? ¿Cuánto tiempo tardaste en escribir la letra? ¿La canción cuenta una historia real? -Por favor, presentale tu canción a los chavos y chavas que nos escuchan.</p>
CACNIÓN	
INTERVENCIÓN	<p>Preguntas: La canción ya tiene video musical ¿Si lo grabaron en Madrid o es otro lugar?</p> <p>Pregunta random: ¿Granizada de piña o de tamarindo? Explicanos por qué</p> <p>¿Nos traerás nuevo sencillo pronto?</p> <p>Resumir la información/ mencionar redes sociales IG: @josesotomusic</p>

	Twitter: @josesotoofficial -Despedida.
CANCIÓN	
CORTE	

¡Gracias por venir aquí hoy!