

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

**DISEÑO DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN PARA LOS NUEVOS LOCUTORES QUE
INGRESAN POR PRIMERA VEZ A LABORAR A CLUB RADIO ANTIGUA GUATEMALA**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**PRESENTADO A LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA
UNIVERSIDAD GALILEO, GUATEMALA C.A.**

ELABORADO POR:

NERIN GIOVANNY GODOY

CARNÉ: 08003811

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

QUETZALTENANGO, JUNIO 2014.

TEMA:

DISEÑO DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN PARA LOS NUEVOS LOCUTORES QUE INGRESAN POR PRIMERA VEZ A LABORAR A CLUB RADIO ANTIGUA GUATEMALA.

ELABORADO POR:

NERIN GIOVANNY GODOY

CARNÉ: 08003811

UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

QUETZALTENANGO, JUNIO 2014.

Guatemala 05 de junio de 2013

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN PARA LOS NUEVOS
LOCUTORES QUE INGRESAN POR PRIMERA VEZ A LABORAR A CLUB
RADIO ANTIGUA GUATEMALA. QUETZALTENANGO, GUATEMALA
2014.** Así mismo solicito que la Licda. Leyla Flores, sea quién me asesore en la
elaboración del mismo.

Atentamente,



Neria Giovanni Godoy
08003811



Licda. Leyla Flores
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señor
Nerin Giovanni Godoy
Presente**

Estimado Señor Godoy:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN PARA LOS NUEVOS LOCUTORES QUE INGRESAN POR PRIMERA VEZ A LABORAR A CLUB RADIO ANTIGUA GUATEMALA. QUETZALTENANGO, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Leyla Flores, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación**



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN PARA LOS NUEVOS LOCUTORES QUE INGRESAN POR PRIMERA VEZ A LABORAR A CLUB RADIO ANTIGUA GUATEMALA. QUETZALTENANGO, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Nerin Giovanni Godoy, con número de carné: *08003811*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Leyla Flores
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 12 de julio de 2014

**Señor
Nerin Giovanni Godoy
Presente**

Estimado Señor Godoy:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

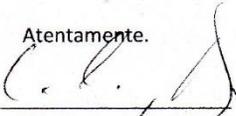
Ciudad de Guatemala, 7 de noviembre de 2014.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN PARA LOS NUEVOS LOCUTORES QUE INGRESAN POR PRIMERA VEZ A LABORAR A CLUB RADIO ANTIGUA GUATEMALA. QUETZALTENANGO, GUATEMALA 2014***, del estudiante Nerin Giovanni Godoy, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.


Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 20 de noviembre de 2014

Señor
Nerin Giovanni Godoy
Presente

Estimado Señor Godoy:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN PARA LOS NUEVOS LOCUTORES QUE INGRESAN POR PRIMERA VEZ A LABORAR A CLUB RADIO ANTIGUA GUATEMALA. QUETZALTENANGO, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Nerin Giovanni Godoy, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

AUTORIDADES

RECTOR:

Dr. Eduardo Suger Cofiño

VICERRECTORA:

Doctora. Mayra de Ramírez

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario

Lic. Jorge Retolaza

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

Lic. Leizer Kachler.

VICEDECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:

Lic. Rualdo Anzueto.

RESUMEN

Al haber analizado la empresa radial RCN, se identificó que no cuenta con un manual de inducción para la capacitación de los locutores que ingresan por primera vez a la radio, por lo que se planteó el siguiente objetivo, diseñar un manual de inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a laborar a Club Radio.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por los nuevos locutores que ingresan a trabajar dentro de la empresa radial club Radio, jóvenes que se encuentran en las edades de 18 a 29 años, con un nivel socioeconómico 'C' quienes poseen un nivel de educación superior.

El resultado obtenido fue haber facilitado un manual de inducción, de apoyo a los locutores que ingresan por primera vez a club radio de RCN (Radio Corporación Nacional), quienes manifestaron aceptación por el material, ya que le permitió adquirir con facilidad los conocimientos de una cabina radial.

Para efectos legales únicamente el autor Nerin Giovanni Godoy.

Es responsable del contenido de este proyecto.

Índice.

Capítulo I:	
1.1. Introducción	1
Capítulo II: Problemática	
2.1 Contexto.	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño	2
2.3 Justificación	2
2.3.1 Magnitud	2
2.3.2 Vulnerabilidad	3
2.3.3 Trascendencia.	3
2.3.4 Factibilidad.	3
2.3.4.1 Recursos Humanos	3
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.	3
2.3.4.3 Recursos Económicos.	
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.	3
Capítulo III: Objetivos de diseño.	
3.1. Objetivo general.	4
3.2. Objetivos específicos.	4
Capítulo IV: Marco de referencia	5-8
4.1 Información general del cliente.	
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.	
5.1 Perfil geográfico.	9
5.2 Perfil demográfico.	9
5.3 Perfil psicográfico.	9
5.4 Perfil conductual.	10
Capítulo VI: Marco teórico.	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.	11-12
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.	13-17
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.	18-19
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.	
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.	20
7.2 Conceptualización.	21
7.2.1 Método.	21
7.2.2 Definición del concepto.	22-23
7.3 Bocetaje.	24-28
7.4 Propuesta preliminar.	29-34

Capítulo VIII: Validación técnica.	
8.1 Población y muestreo.	35
8.2 Método e Instrumentos.	36-38
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.	39-44
8.4 Cambios en base a los resultados.	45
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.	45-54.
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....Página..55...56	
10.1 Plan de costos de elaboración.	55
10.2 Plan de costos de producción.	55
10.3 Plan de costos de reproducción.	55
10.4 Plan de costos de distribución.	55
10.5 Cuadro resumen.	56
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.	
11.1 Conclusiones.	57
11.2 Recomendaciones.	57
Capítulo XII: Conocimiento general	
	58-62
Capítulo XIII: Referencias.	
	63
Capítulo XIV: Anexos.	
	64-69



INTRODUCCIÓN



La empresa radial RCN filial Club Radio Antigua Guatemala, luego de analizar la problemática que existía en todo el proceso radial, se detectó que no contaba con un manual de inducción teniendo como objetivo primordial el diseño de un manual de inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a laborar a Club Radio.

Para llevar a cabo el manual de inducción fue necesario la aplicación de la técnica creativa de famosos que generó el concepto de diseño, LA MÚSICA RELAJA TUS SENTIDOS Y TE DIVIERTE. Por medio del concepto se logró dar una imagen al manual, que representará dinamismo y sea atractiva para los nuevos locutores.

Se fomentó la parte investigativa por medio de una encuesta que se realizó a todo el personal de recién ingreso, locutores, programadores y Gerente General que tienen tiempo de laborar en la institución radial, así también expertos en la Comunicación y el Diseño, llegando a tener una aceptación según el análisis efectuado del cien por ciento de los encuestados.



PROBLEMÁTICA



PROBLEMÁTICA.

La empresa radial de la filial R.C.N (Radio Corporación Nacional). Club Radio ofrece los servicios desde hace 11 años en el ámbito radial fijando un círculo especial para sus clientes, que es una base fundamental en el crecimiento. Por ello, se vio la necesidad de crear un manual de inducción que sirva de guía para la enseñanza de los lineamientos formulados con objetivos y técnicas para una adecuada orientación para prestar un servicio de calidad, y tener los conocimientos apropiados con los nuevos locutores y transmitir la confianza y seguridad a los que sintonizan la frecuencia radial. La orientación es una funcionalidad interna, con el objetivo de dar mayor profesionalismo a un equipo de recién integración radial.

2.1 CONTEXTO.

La empresa RCN, filial de Club Radio nace en un concepto radial juvenil hace aproximadamente 11 años. Tiene en sí una rotación de locutores para ocupar otros puestos dándole la oportunidad a otros que quieran empezar una carrera radial con diferentes conocimientos radiales. Se llegó a conclusión que la gerencia de Club Radio carecía de un proceso de manual impreso para facilitar el trabajo del instructor y programador y dotarlos de un material impreso para el adecuado desempeño y enseñanza para los nuevos locutores que ingresan a club radio.

2.2 REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO.

Club radio no cuenta con un manual de inducción para los locutores que ingresan por primera vez a la radio.

2.3. JUSTIFICACIÓN.

Para sustentar las razones por las que se consideró importante la realización de un manual de inducción para la capacitación de los locutores que ingresan por primera vez a laborar a club radio, se justifica la propuesta de a partir de cuatro variables a) magnitud: b) trascendencia: c) vulnerabilidad: y d) factibilidad.

2.3.1 MAGNITUD.

La república de Guatemala cuenta con una población en crecimiento de 14.7 millones de habitantes. La capital del Guatemala posee 4.058.519 millones de habitantes. Antigua Guatemala su población es de aproximadamente 278, 064 personas, existen 7 entre las cuales se destacan , Radio Amiga, Metrópolis, Cuarenta Principales, Mágica, La Sabrosona, con servicios parecidos y diferentes programaciones. Club Radio cuenta con 9 trabajadores, quienes se desglosan de la siguiente forma. Coordinador, secretaria, 4 locutores, 1 programador, 1vendedor y personal de mantenimiento.

2.3.2 VULNERABILIDAD.

Los locutores que actualmente laboran dentro de Club Radio filial RCN tienen un recargo de trabajo, al tener que introducir a los nuevos colaboradores, descuidando así parte de su trabajo y ocasionando retrasos en la programación.

2.3.3 TRASCENDENCIA.

Facilitar a los actuales locutores de RCN un manual de inducción para que no tengan recargo de trabajo, cuando ingresan los nuevos locutores. Así se lograra que el locutor pueda desempeñar su función en la cabina y darle un acercamiento directo con los requerimientos radiales a los nuevos locutores de recién ingreso.

2.3.3 FACTIBILIDAD.

Es factible la realización del Manual de Inducción por las siguientes razones:

2.3.4.1 RECURSOS HUMANOS.

La organización tiene el factor humano capacitado para desarrollar las funciones que desempeñan dentro de la organización Club Radio.

2.3.4.2 RECURSOS ORGANIZACIONALES.

El apoyo gerencial de la empresa radial Club Radio es importante porque son quienes autorizaron el ingreso a sus instalaciones radiales y brindan la información necesaria para que se lleve a cabo este manual de inducción.

2.3.4.3 RECURSOS ECONÓMICOS.

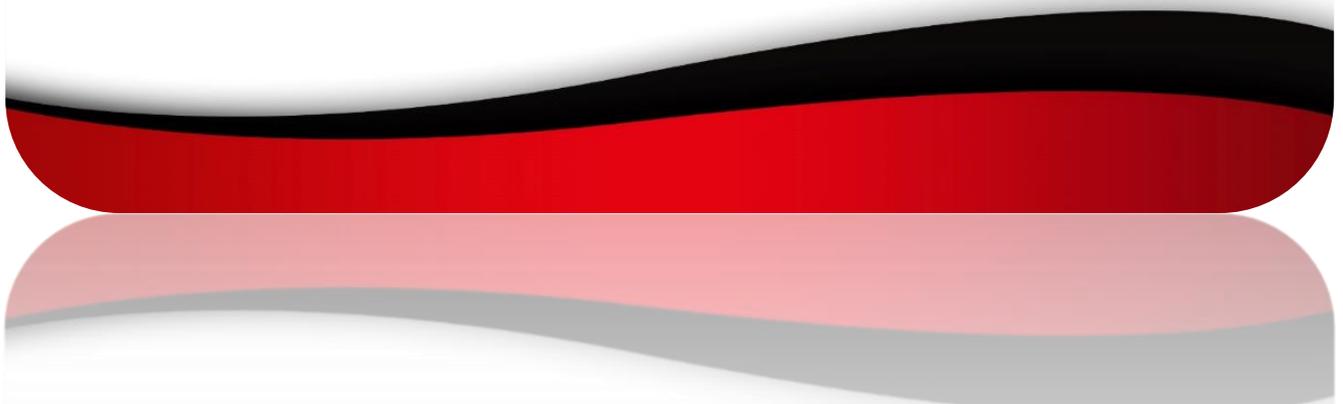
Actualmente se obtiene de canjes con las empresas litográficas, los recursos económicos necesarios, que permiten la realización de Manual de Inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a Club Radio.

2.3.4.4 RECURSOS TECNOLÓGICOS.

La organización posee el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del Manual de Inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a Club Radio.



OBJETIVOS DEL DISEÑO



3.1 Objetivo general.

Diseñar un manual de inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a laborar a Club Radio.

3.2 Objetivos específicos.

3.2.1 Investigar los conceptos relacionados de como introducir personal dentro de la empresa radial para sustentar en contenido del manual, que complementará el ingreso de los nuevos locutores de Club Radio de RCN.

3.2.2 Recopilar la información relacionada dentro de la cabina radial para utilizarla dentro del manual de inducción, para los locutores de recién ingreso a Club Radio.

3.2.3 Ilustrar a través de la fotografía los procesos que se llevan a cabo dentro de una cabina radial y dar la orientación de las funciones del software utilizados en la cabina radial, para los nuevos locutores de Club Radio.

3.2.4 Realizar la sectorización de la consola para detallar las partes importantes que utilizan los locutores y facilitar la orientación a los nuevos locutores de recién ingreso a Club radio de RCN.



MARCO DE REFERENCIA



102.5



FM Música

4.1 Información general del cliente

Capítulo 4

BRIEFF

Empresa guatemalteca poseedora de la marca R.C.N (Radio Corporación Nacional) dedicada desde hace 11 años a trascender a la vanguardia de la tecnología y la responsabilidad de los clientes. Es una base fundamental en el crecimiento de la empresa radial siendo los pioneros en el concepto de música para géneros juveniles.

Cada jueves se transforma para cambiar formato y pasarlo a jueves de clásicos, en la actualidad es líder en el concepto innovación y audiencia a nivel Sacatepéquez y líderes en redes sociales existentes. Tiene como base la transformación del formato, cada tres meses, la línea de inicio y no salir del contexto original, que se hace a base de estudio de mercado.

Su oficina principal se encuentra en, 7a. Avenida Sur No. 8 C, La Antigua Guatemala, teléfono 78329014, para sintonizar en vivo www.clubradio.com.gt... en Línea Online.

VISION

Ser el grupo líder de medios al impactar positivamente la forma en que nuestra audiencia percibe el mundo, a través de la radio y las nuevas plataformas digitales

MISION

Crear experiencias a través de contenido relevante e innovador para lograr la conexión uno a uno con nuestra audiencia.

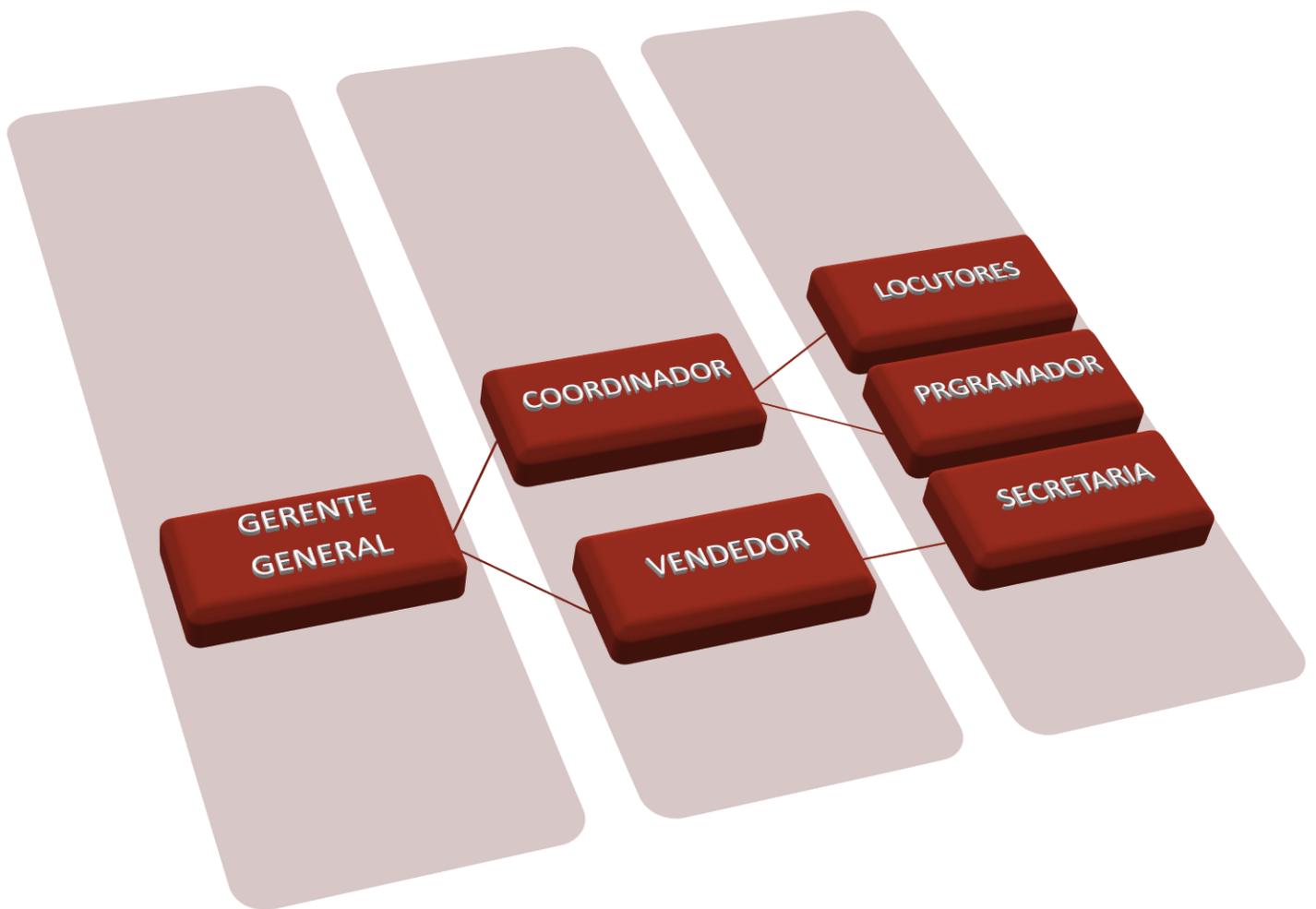
PRINCIPIO

Puntualidad, transparencia comunicación abierta.

TARGET

Toda empresa de marca o local que ingrese al mundo radial y quiere lograr sus objetivos y llegar a su público objetivo que son jóvenes.

ORGANIGRAMA



FORTALEZAS

Se cuenta con manuales de procedimientos.
Perfil de puestos para cada función,
Estructura cultural bien definida en cuanto a misión, visión, objetivos.
Especifica su producto y el mercado al que va dirigido,
Bien definido su sistema de edición.
Amplia base de datos de información.
Mejor cobertura a nivel Antigua Guatemala
Variedad de gustos sin perder el formato
Innovación.

OPORTUNIDADES

Con la oportunidad de crecer más y llegar a los anunciantes específicos de la región
Conocimiento del producto por la mayoría de los clientes.
Promociones dirigidas a enlaces para posicionar acercamiento cliente y radio.

DEBILIDADES

Falta de programa matutino.
Diversidad de programas.
Acercamiento marca y cliente,
Personal desconoce valores, misión y visión.
Personas en altos mandos con resistencia y miedo al cambio.
Organización con gran apertura a distintos mercados
Empresa de participación en radio, que promueve el constante crecimiento y mejora,
No tiene competencia a nivel Antigua Guatemala y es muy sintonizada por un público objetivo joven.

AMENAZAS

Competencia de formatos de radios con público objetivo similar
Falta de locutores en horarios específicos.
Radios de la competencia están teniendo más acercamiento con las marcas.
Renovación de formatos pero se debería hacer más estudiados y no solo por hacerlo.



DEFINICIÓN DE GRUPO ODJETIVO



La empresa Radial club radio cuenta con rotaciones internas, para que se les dé nuevas oportunidades a los locutores que tienen tiempo de laborar en la empresa radial. Por lo tanto, se recluta nuevo personal donde se les da la oportunidad de pertenecer a la empresa, que tiene como política hacer locutores y no recibir de otras radios.

5.1 PERFIL GEOGRÁFICO.

Antigua Guatemala tiene una altitud de 1,530 sobre el nivel del mar, ubicada en un paraíso tropical de sus encantos y donde el tiempo ha quedado plasmado en sus construcciones que datan lo especial y conservador de sus fachadas. Tiene límites territoriales al Norte y al Oeste con Chimaltenango; al Este con Guatemala y al Sur con Escuintla tiene extensión territorial de 465 kilómetros cuadrados, con clima templado. Fiesta titular: 25 de Julio, 8 de Diciembre en honor a la Inmaculada Concepción. El 25 de julio en conmemoración a Santiago Apóstol, cuya fiestas se caracterizan por cultivar la cultura y tradiciones locales. En el parque central se organizan eventos donde lo cultural llena los espacios preferenciales y deja una huella en el visitante satisfactorio. La antigua Guatemala fue fundada en el año 1542, después de la destrucción de la segunda capital de Guatemala, por el deslave del Volcán de Agua siendo hasta la fecha un atractivo turístico.

5.2 PERFIL DEMOGRÁFICO.

El grupo objetivo son jóvenes entre edades de 18 a 28 años, estudiantes de educación superior poseen un nivel socioeconómico "C" contando con comodidades esenciales, que tiene un ingreso de aproximadamente de Q.12, 000. Cuentan con vehículo y casa propia y el resto en casas propias en municipios cercanos.

5.3 PERFIL PSICOGRÁFICO.

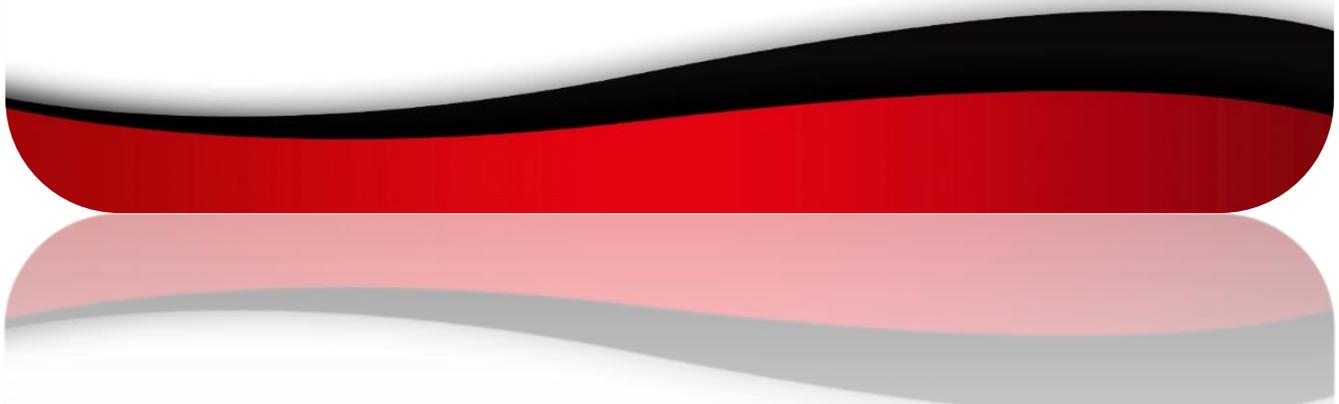
En Antigua Guatemala, la distracción de las personas devotas es visitar iglesias en diferentes lugares aledaños por su encanto y formación. Le dan énfasis a su preferencia doctrinal cristiana y visitar a familias cercanas a sus residencias y convivir con toda la familia para no dejar de formular ante los jóvenes la unión familiar. También disfrutar al máximo las áreas recreativas y eventos futbolísticos, que si es bien aceptado y organizado los domingos, son los más asistidos. Se buscan actividades que se realizan por lo general todo el año, como preparativos para Semana Santa con la formulación de ideas y cómo se buscarán las estrategias para realizar las velaciones en cada una de sus iglesias. La organización es muy grande para que todo lo planificado llegue a sus propósitos.

5.4 PERFIL CONDUCTUAL

Existe armonía y unión general de confianza entre coordinador y personal general, el problema llega cuando hay exigencias para mejoras en promociones y la forma de animar de parte del locutor o exigencias sobre metas del vendedor, donde sale a relucir la confianza y no un mandato de la persona encargada o coordinador. Realizan un excelente trabajo cuando no tienen presión, se acomodan y se resisten al cambio.



MARCO TEÓRICO



MARCO TEÓRICO.

6.1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON EL SERVICIO:

6.1 MANUAL.

Es un instrumento para visualizar los procesos con pasos más sustanciales de forma directa y fácil de comprender para la realización y formulación de su uso en general, son los documentos en los que se integra toda la información operativa y administrativa con la finalidad de lograr la estandarización de operaciones, procesos, procedimientos, imagen y servicio para el uso adecuado institucional. En una recopilación de información acerca de algo en específico de material didáctico. Es el procedimiento de cómo realizar ciertas manualidades y es también donde se puede consultar después para tener a la mano la información, con fichas divididas en características más importantes para que sea más útil y práctico.

6.1.2 ¿QUÉ ES UN MANUAL DE INDUCCIÓN?

Es el método que contiene de cómo se van a realizar las actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de cada uno de sus pasos, para mejor orientación. Suelen contener información y ejemplos necesarios, simplificados como máquinas o equipo de oficina. En él se encuentra registrada y transmitida sin distorsión la información básica, referente al funcionamiento que facilita las labores y concientiza sobre un buen manejo y uso adecuado a empleados y jefes de que el trabajo se está realizando o no adecuadamente. Permite conocer el funcionamiento interno en lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución. Auxilian en la inducción del puesto y capacitación del personal ya que describen en forma detallada las actividades sustanciales de una materia de documento que contiene las nociones básicas, teniendo una información válida y clasificada sobre determinada materia de la organización. Es también una colección de textos seleccionados y fácilmente localizables.

6.1.3 CAPACITACIÓN.

Es una acción en la que por medio de una orientación se logra la formación supervisada que permite que una persona pueda adquirir nuevas habilidades para su desarrollo personal, intelectual o laboral para darle la orientación, apropiada a la empresa y lograr integrarse a una sola misión institucional fundamentada en los propósitos establecidos para cada uno de los pasos que se requieran de su integración de nuevos conceptos, relacionados a la empresa mostrando su funcionamiento y capacidad en su práctica.

<http://es.wikipedia.org/wiki/manual%C3%ADa>.

6.1.4 INTRODUCCIÓN.

En un ensayo, es una sección inicial que establece el propósito y los objetivos de todo el contenido posterior del escrito en general, va seguido del cuerpo o desarrollo del tema, y de las conclusiones definidas en los propósitos de la empresa, para darle un fundamento significado a detalle a detalle a un fin explicativo fundamental en los logros internos.

6.1.5 ENTRENAMIENTO.

Es la adquisición de conocimiento, habilidades, y capacidades como resultado de la enseñanza de habilidades vocacionales o prácticas que se originan de los conceptos adquiridos por cada uno de los participantes objetando nuestra integración y dedicación que le integremos a nuestras formas de desarrollar los términos en general de lo nato que se puede llegar hacer hasta lo que se puede tomar como ejemplo de las características apropiadas de un buen proceso.

6.1.6 INVERSIÓN.

Es un recurso financiero aplicable para obtener beneficios a futuro y distribuidos en el tiempo, es el desembolso de recursos financieros destinados a la adquisición de instrumentos de producción, que la empresa va a utilizar durante varios periodos económicos establecidos en los propósitos a llevar a función para establecer, el recurso de todo su proceso de crecimiento o decaimiento.

6.1.7 BENEFICIO.

El beneficio económico es la ganancia que se calcula como los ingresos totales menos los costes totales de producción y distribución, todo beneficio viene del uso adecuado que se le da a la inversión en una buena administración con el uso adecuado de los procesos que se requieren a nivel empresarial. Son los ingresos totales menos los gastos directos para producir esos ingresos, tales como salarios, sueldos, materias primas, beneficiosos para el funcionamiento adecuado de una empresa en toda su función económica.

6.1.8 TIEMPO.

Es la magnitud física con la que medimos la duración o separación de acontecimientos sujetos a cambio, de los sistemas sujetos a observación. El tiempo es fundamental porque da la oportunidad de desarrollar responsabilidad y uso del mismo en cualquier situación en general. El tiempo en una radio es importante por su costo, es necesario saber manejar el concepto de pauta con sus horarios a la hora indicada según el anunciante.

<http://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%B3gica>.

6.2 CONCEPTOS FUNDAMENTALES RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN.

6.2.1.1 COMUNICACIÓN.

Es el proceso mediante el que se transmite información de un emisor a un receptor. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen reglas semióticas comunes. Es la base que nos sirve de cómo nos informaremos y qué podemos transmitir en diferentes puntos y situaciones. Es la capacidad para expresar sus ideas de forma clara y convincente, de manera que su mensaje pueda ser entendido con claridad, supone además la habilidad para escuchar y entender a otros estableciendo un diálogo de forma efectiva.

6.2.1.2 INFORMACIÓN.

Es un conjunto de datos procesados, que dan un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje, creando un patrón y actividades asociadas a la mente que los interpreta. Las palabras, gráfica, fotos y sonido son aspectos que proporcionan dinamismo que existen en nuestra percepción orientado a comunicarnos entre sí y lograr el mensaje deseado para llegar a lo buscado en la información.

6.2.1.3 CAPACITACIÓN.

Es una acción en la que por medio de una orientación, se logra la formación supervisada que permite que una persona pueda adquirir nuevas habilidades para su desarrollo personal, intelectual o laboral dando un proceso de enseñanza, aprendizaje, desarrollado, presentado y evaluado, de manera tal que asegure la adquisición duradera y aplicable de conocimientos y habilidades para mejor adaptación y mejoramiento para bien de la empresa.

6.2.1.4 EXPRESIÓN.

Son actitudes, gestos, palabras pensamiento, sentimiento o emoción que se pueden dar con gestos siendo la materialización en un medio o soporte de una idea creativa. Una obra debe haber sido expresada, de esta forma, las ideas son protegibles solo cuando han sido expresadas. Tienen cierto grado de complejidad y son originales haciendo una adecuada expresión que dependen de la forma expresiva que le demos a los gestos que mostremos.

6.2.2 CONCEPTOS RELACIONADOS CON EL DISEÑO GRÁFICO.

6.2.2.1 DISEÑO GRÁFICO.

Es la acción de concebir, programar y proyectar. Nos ayuda a enviar mensajes claros buscando, a través de la creatividad y la tecnología, plasmar ideas impactantes que lleguen directamente a los consumidores. En una actividad que posibilita comunicar gráficamente un contenido específico orientado a un público objetivo, y detallando una información propicia para un momento de encanto imaginativo y audiovisual.

6.2.2.2 MAQUETACIÓN.

Es un espacio, escrito y visual y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas el proyecto gráfico. Son procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), prensa (impresión) y post-prensa (acabados). Sin embargo, usualmente todo el aspecto gráfico de la actividad editorial y periodística se conoce por el término maquetación.

6.2.2.3 BOCETO.

Es un dibujo hecho a mano alzada, utilizando lápiz y papel. Realizado generalmente sin instrumentos de dibujo auxiliares, puede ser un primer apunte del objeto estudio preliminar que hace el artista de una obra inmediatamente antes de realizarla. Generalmente se colocan los colores sombras, líneas y el resto de las características que la obra llevará en su arte final los bocetos por lo general siempre se le hacen arreglos del boceto original.

6.2.2.4 EDICIÓN.

Es donde se obtiene un producto impreso, normalmente un documento, revista o libro al dar la formulación de un arte en su última etapa y que se distribuye después en el mercado, siendo el proceso de tomar material grabado y alterarlo directamente en el medio en que se encuentra. En este proceso el editor arregla el contenido del material, quitando material no deseado, agrega y modifica audio existente en la manera que se necesite.

6.2.2.5 IMPRESIÓN.

Es un proceso para la producción de textos e imágenes, típicamente con tinta sobre papel que deja a un final ya acabado con todas sus reproducciones de un texto o una ilustración, formas en que está impreso. Un texto o una ilustración consiste en aplicar tintas, generalmente oleosa, sobre unas piezas metálicas, para transferirla al papel por medio de tóner o imprenta, o impresora láser para llegar a un resultado final.

Creatividad aplicada <http://mega.comn2/#!/dYBg6art/>

6.2.2.6 TIPOGRAFÍA.

Es el arte y técnica del manejo y selección de letras que en su fabricación se utiliza el plomo. Para su uso general se utiliza creativamente con usos generalizados en cualquier tipo para crear trabajos de impresión.

Helvética (también conocida como Neue Haas Grotesk, Helvética y últimamente expandida a Neue Helvética) es una familia tipográfica desarrollada por Max Miedinger en 1957 para la fundición de tipografías Haas'sche Schriftgießerei (también conocida como "Haas") de Basilea, Suiza. Colocada en los altares por muchos y odiada visceralmente por otros tantos.

Su diseño está basado en una anterior tipografía llamada Berthold Akzidenz Grotesk que data de 1896. La tipografía, originalmente titulada Neue Haas Grotesk, es de estilo sencillo y del tipo sans serif o sin remates (Clasif. Vox: Lineale B Neo-Grotesque). Se volvió inmensamente popular a fines de los años 1960, y durante los años 1970, debido a su enorme influencia dentro del llamado "Estilo Tipográfico Internacional" (particularmente en identidades corporativas), una de las más importantes corrientes modernistas del siglo XX.

Helvética es un tipo eficaz para uso cotidiano, especialmente para titulares (poco menos para cuerpo de texto); su éxito se debe a su estupenda escalabilidad en todo tipo de situaciones así como a la profusión con que fue usada durante el período en que la corriente del estilo internacional marcó la pauta del grafismo (durante los años 1950 y años 1960).

La adaptación de las tipografías que no eran latinas a la estética de Helvética y el amplio rango de lenguaje específico para cartas y acentos convirtieron a Helvética en la tipografía corporativa más famosa de los 60's y 70's.

www.es,m,wikipedia.org/wikiTipografia.

Helvetica Neue 25 Ultra Light
Helvetica Neue 35 Thin
Helvetica Neue 45 Light
Helvetica Neue 55 Roman
Helvetica Neue 65 Medium
Helvetica Neue 75 Bold
Helvetica Neue 85 Heavy
Helvetica Neue 95 Black

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÀÁÊË
abcdefghijklmnpqr
stuvwxyzàáéîõøü& 1
234567890(\$£.,!?)

6.2.2.7 PHOTOSHOP:

Es uno de los programas más populares de la casa que se trata esencialmente de una aplicación informática en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un "lienzo" y que está destinado para la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes de mapa de bits. Su nombre en español significa literalmente "tienda de Fotos" pero puede interpretarse como "taller de foto". Su capacidad de retoque y modificación de fotografías le ha dado el rubro de ser el programa de edición de imágenes más famoso del mundo.

Photoshop se ha convertido, casi desde sus comienzos, en el estándar *de facto* en retoque fotográfico, pero también se usa extensivamente en multitud de disciplinas del campo del diseño y fotografía, como diseño web, composición de imágenes en mapa de bits, estilismo digital, fotocomposición, edición y grafismos de vídeo y básicamente en cualquier actividad que requiera el tratamiento de imágenes digitales.

Photoshop ha dejado de ser una herramienta únicamente usada por diseñadores, para convertirse en una herramienta usada profusamente por fotógrafos profesionales de todo el mundo, que lo usan para realizar el proceso de retoque y edición digital, no teniendo que pasar ya por un laboratorio más que para la impresión del material.

6.2.2.8 INDESING.

Adobe InDesign (ID) es una aplicación en forma de taller que trabaja sobre un doblez de páginas conocido como Pliego o sobre una sola página (a manera de simulación) y que está destinado a la maquetación de textos para propósitos impresos o web. Es una herramienta muy utilizada y fácil de interpretar por sus funciones adecuadas para una buena forma de ordenar una impresión en diferentes formatos de impresión para ordenar folletos, libros, revistas, periódicos etc. muy fundamental por sus funciones, se da una ilustración directa y fundamental en su uso profesional.

6.2.2.9 ILLUSTRATOR

De dibujo y pintura para Ilustración (Ilustración como rama del Arte digital aplicado a la Ilustración técnica. Adobe Illustrator es una aplicación en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como "mesa de trabajo" y está destinado a la creación artística ilustrada en una hoja virtual especial donde se puede tener creatividad imaginativa, y darle el aspecto deseado para fundamentar un sinnúmero de ideas.

1. Historia del diseño gráfico <http://Escribd.com/doc/98359>

6.3 CIENCIAS AUXILIARES, ARTES, TEORÍAS Y TENDENCIAS.

6.3.1 PSICOLOGÍA SOCIAL.

Puede ser definida también como la ciencia que estudia los fenómenos sociales e intenta descubrir las leyes por las que se rige la convivencia, investiga las organizaciones sociales y trata de establecer los patrones de comportamientos de las personas en los grupos, es una ciencia importante por su estudio que data de la forma en que cada persona se puede comportar en el ámbito de su entorno social.

6.3.2 PSICOLOGÍA.

Es la ciencia que estudia el comportamiento humano y la forma de realizarse personalmente con los demás en su actividad mental.

La psicología explora conceptos como la percepción, la atención, la motivación, la emoción, el funcionamiento del cerebro, la inteligencia, la personalidad, las relaciones personales, la consciencia y el inconsciente. La psicología emplea métodos empíricos cuantitativos de investigación para analizar el comportamiento.

6.3.3 SEMIOLOGÍA.

Es la disciplina que estudia fenómenos significantes, objetos de sentidos, sistemas de significación, lenguajes, discursos aborda la interpretación y producción del sentido para ordenarlos mentalmente y darle el espacio en cada perspectiva de conocimientos que tratan sobre el estudio y significaciones, dentro del marco social.

6.3.4 LÓGICA.

Es una ciencia formal y una rama de la filosofía que estudia los principios de la demostración e inferencia válida para darle razonamiento a los propósitos enredados y con soluciones. Es una disciplina que estudia los principios formales del conocimiento humano, es decir, las formas y las leyes más generales del pensamiento humano considerado puramente en sí mismo, sin referencia a los objetos.

6.3.5 GRAMÁTICA GENERATIVA

Proporciona un conjunto de reglas o principios que predicen correctamente las combinaciones que aparecen en oraciones gramaticalmente correctas para determinada lengua. Las ideas básicas de los modelos incluidos en esta corriente tienen su origen en la teoría estándar formulada por Noam Chomsky el núcleo común de todos los modelos generativos sería intentar diseñar un dispositivo formal que permita describir, analizar y especificar las oraciones de una lengua natural en forma simple, exhaustiva y general.

6.3.6 ANTROPOLOGÍA.

Es una ciencia social que estudia al ser humano de una forma integral, Para abarcar la materia de su estudio, son los conocimientos producidos por las ciencias naturales y otras ciencias sociales, la antropológica es producir conocimiento sobre el ser humano en diversas esferas, pero siempre como parte de una sociedad.

6.3.7 ANDROGOGÍA.

Son los principios de participación y horizontalidad, su proceso, al estar orientado como facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la creatividad del participante adulto, con el propósito de proporcionarle una oportunidad para que logre su autorrealización.

Actualmente se considera que la educación no es sólo cuestión de niños y adolescentes el hecho educativo es un proceso que actúa sobre el hombre a lo largo de toda su vida, siendo que la naturaleza del hombre permite que pueda continuar aprendiendo durante toda su vida sin importar su edad cronológica.

12. <http://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa>.

13. <http://es.wikipedia.org/wiki/Andragog%C3%ADa>.

14. <http://es.wikipedia.org/wiki/Semiolog%C3%ADa>.

15. <http://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%B3gica>.

16. http://es.wikipedia.org/wiki/Gram%C3%A1tica_generativa.

17. <http://www.monografias.com/trabajos14/infoantropolog/infoantropolog.shtml>.



PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR



7.1 APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN EL MARCO TEÓRICO.

PSICOLOGÍA SOCIAL.

Dentro del Manual de inducción, fue esencial la Psicología Social, que permitió observar e identificar los patrones por los que se rigen los locutores de Club Radio, cómo llevan a cabo todas sus actividades, permitiendo así enriquecer el manual de inducción y facilitar el lenguaje a los nuevos locutores que ingresan por primera vez.

PSICOLOGÍA.

Al momento de la observación, se pudo determinar que los locutores se motivan por el amor y la pasión que tienen de comunicar y dar al público nuevas emociones, ya sean románticas, de energía, o bien haciendo reflexiones. Es importante que al ver las percepciones que ellos tienen, transmitir las a través del manual de inducción, permitirá que los nuevos locutores asimilen mejor, que estar en la cabina es de mucha responsabilidad porque se puede influir en los demás seres humano, de forma positiva o bien negativa.

SEMIOLOGÍA.

Esta ciencia aportará al manual de inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a laborar a club radio, ver y escuchar el lenguaje, el discurso, la interpretación y la producción del sentido en el que los locutores ordenan mentalmente al momento de interactuar con la audiencia estando dentro de la cabina.

LÓGICA.

A través de la lógica se logrará transmitir dentro del manual, argumentos y secuencias que los locutores deben saber, ya que habrá momentos donde deban ofrecer soluciones inmediatas al momento de cualquier inconveniente dentro de cabina.

GRAMÁTICA GENERATIVA.

Permitirá que desarrolle y diseñe un manual de inducción de forma que permita describir, analizar y especificar las oraciones de una lengua natural en forma simple, exhaustiva y general, para facilitar la comprensión de los nuevos locutores.

ANTROPOLOGÍA.

Permitirá que podamos ver las formas adecuadas de transmitir los conocimientos a los nuevos locutores de cómo debe realizar sus transmisiones cuando se refieren a la audiencia y recordar que son diversas esferas sociales.

ANDROGOGÍA.

Apoyará el manual de inducción facilitando el autoaprendizaje por parte de los locutores, logrando así incorporarlos rápidamente a las actividades que se desarrollarán en cabina. Se obtendrá una audiencia de radioescuchas satisfecha por la programación y la calidad operación de sus locutores.

7.2 CONCEPTUALIZACIÓN.

7.2.1 TÉCNICA CREATIVA DE FAMOSOS.

Es dar opiniones de frases de poetas o filósofos famosos de todas las frases y sacar ideas y formarlas con frases.

Sensible ventana tras la lluvia que hace llorar los cristales, de tantas penas derramadas, en muchos momentos de las vidas, de tantas madres castigadas, ningún día es igual a otro, cada mañana tiene su milagro especial, su momento mágico, en el que se destruyen viejos universos y se crean nuevas estrellas. (PAULO COELHO)

FRASES DE FAMOSOS.

Escoger un camino significa abandonar otros. Si pretendes recorrer todos los caminos posibles, acabarás no corriendo ninguno.

Todos los días Dios nos da un momento en que es posible cambiar todo lo que nos hace infelices. El instante mágico es el momento en que un sí o un no pueden cambiar toda nuestra existencia.. (PAULO COELHO).

En el acto de amar, de entregarse, en el acto de penetrar en la otra persona, me encuentro a mí mismo, me descubro, nos descubro a ambos, descubro al hombre.

El proceso de aprender un arte puede dividirse convenientemente en dos partes: una, el dominio de la teoría; la otra, el dominio de la práctica.(ERICH FROMM)

El éxito es aprender a ir de fracaso en fracaso sin desesperarse.

Si el presente trata de juzgar el pasado, perderá el futuro.

Cuanto más atrás puedas mirar, más adelante verás.(WINSTON CHURCHILL).

A peor verdad sólo cuesta un gran disgusto. La mejor mentira cuesta muchos disgustos pequeños y al final, un disgusto grande.

Cuando no se piensa lo que se dice, es cuando se dice lo que se piensa (JACINTO BENAVENTE)

Puede ser un héroe lo mismo el que triunfa que el que sucumbe, pero jamás el que abandona el combate. Si se siembra la semilla con fe y se cuida con perseverancia, sólo será cuestión de tiempo recoger sus frutos. (THOMAS CARLYLE)

Encomiéndate a Dios de todo corazón, que muchas veces suele llover sus misericordias en el tiempo que están más secas las esperanzas.

La senda de la virtud es muy estrecha y el camino del vicio, ancho y espacioso. (MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA)

Si ya sabes lo que tienes que hacer y no lo haces entonces estás peor que antes.

Elige un trabajo que te guste y no tendrás que trabajar ni un día de tu vida. (CONFUCIO)

Reza como si todo dependiera de Dios. Trabaja como si todo dependiera de ti.

Los que no quieren ser vencidos por la verdad, son vencidos por el error.(SAN AGUSTÍN)

FRASES PROPIAS.

La comunicación es como un arte fundamentado en partes.

Si te expresas, sentirás satisfacción personal.

Ser creativo te da una imaginación sin precedentes.

Comunícate, exprésate, se creativo y lograrás que tus ideas tengan un camino fundamentado.

7.2.2 LA MÚSICA RELAJA TUS SENTIDOS Y TE DIVIERTE.

Un relax especial con la fortuna de encontrar tus sentimientos.

Color rojo y negro.

Tipografía Bodoni MT, Candara. Calibri (Cuerpo)

Diagramación dinámico.

Imágenes propias.

¿Es dar opiniones de frases de poetas o filósofos famosos de todas las frases y sacar ideas y fórmulas con frases explícitas de buen criterio y buena razón para ser en sí una sola frase que represente la idea en una imaginación literaria?

SU FUNCIONALIDAD ES.

Es inspirarse en frases de poetas o filósofos famosos de todas las frases y sacar ideas, y fórmulas con frases, para darle un toque especial de varias frases y sacar de varios famosos y lograr a perfeccionar la técnica. Después agregar de las que uno tenga idea para dar en sí una frase a escoger de varias que uno realice.

En el concepto radial es muy utilizada por la adaptación de spots publicitarios o para la realización de una voz institucional de la radio, para diferentes segmentos musicales.

CONCEPTO.

El manual a realizar será una guía para la orientación y adaptándolo a una función diferente llegará a dar los resultados necesarios para bienestar fundamental, de cada uno de los que tendrá la oportunidad de utilizarlo y fijarlo para otros, que lleguen y adapten una propuesta funcional y de fácil conocimiento.

JUSTIFICACIÓN:

El manual tendrá un amplio concepto de instrucciones para relacionar la teoría con la práctica y dar una solución en poco tiempo adaptándolo a cualquier concepto relacionado con la funcionalidad de una radio y su orientación en una cabina.

COLOR..

NEGRO. Proyecta formalidad.

ROJO: El rojo aporta confianza en sí mismo, coraje actitud optimista ante la vida.

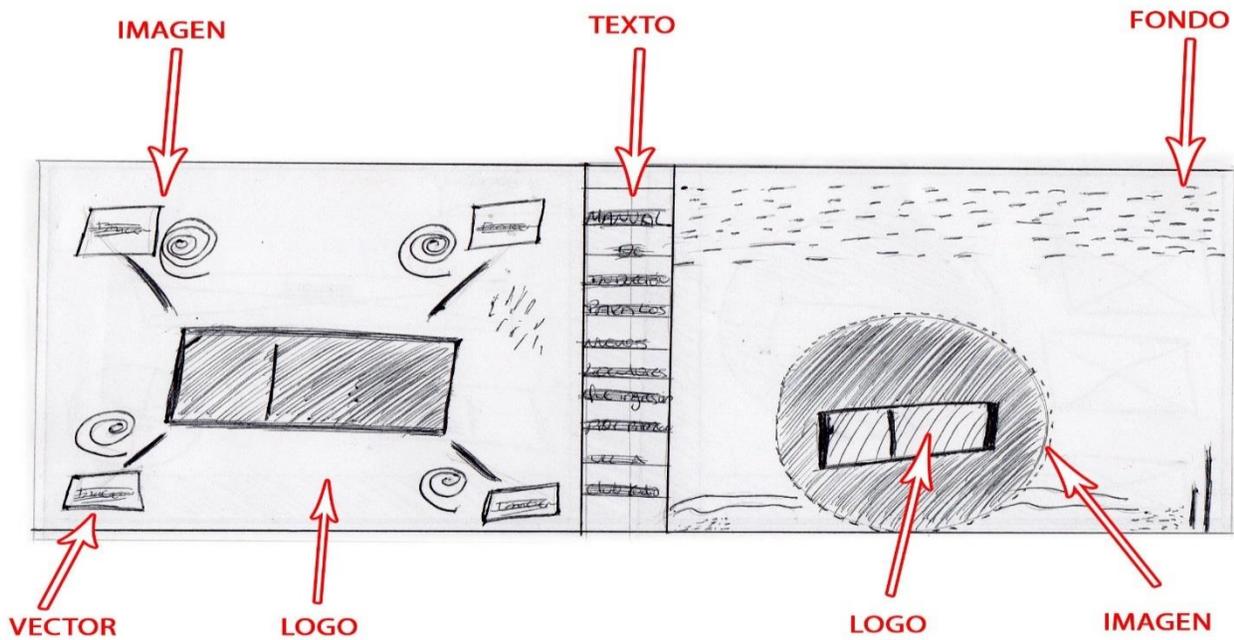
TIPOGRAFIA.

Fuente Helvética para titulares. Arial.

DIAGRAMACIÓN. Dinámico.

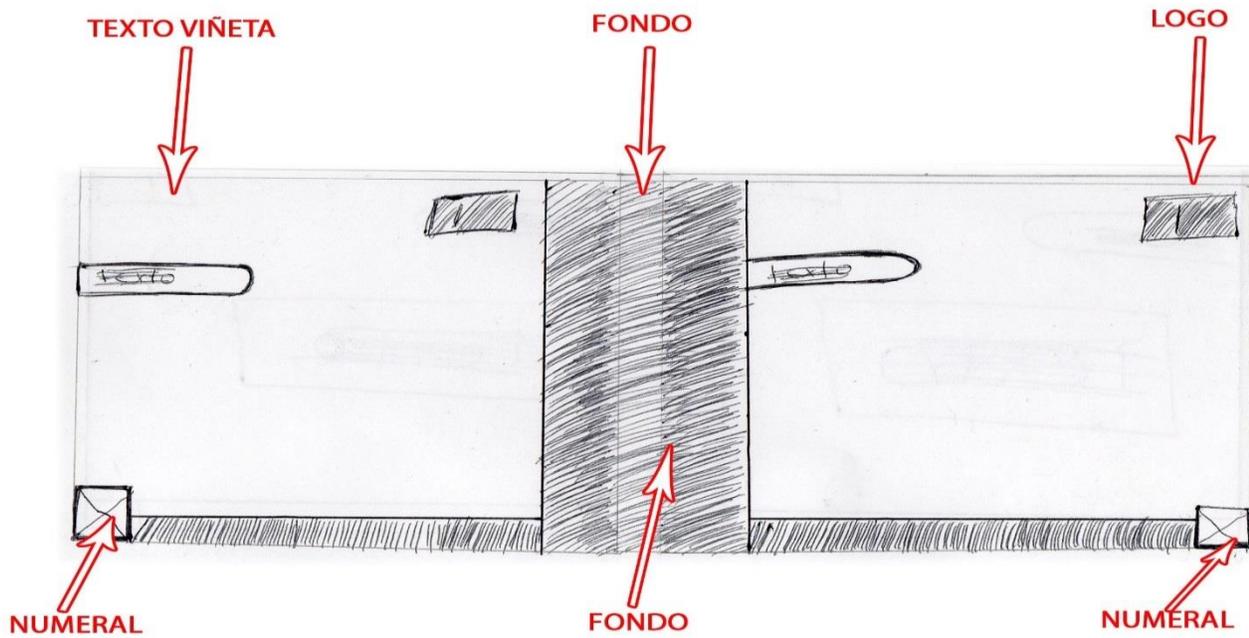
7.3 BOCETAJE:

TITULAR DE PORTADA Y CONTRAPORTADA.



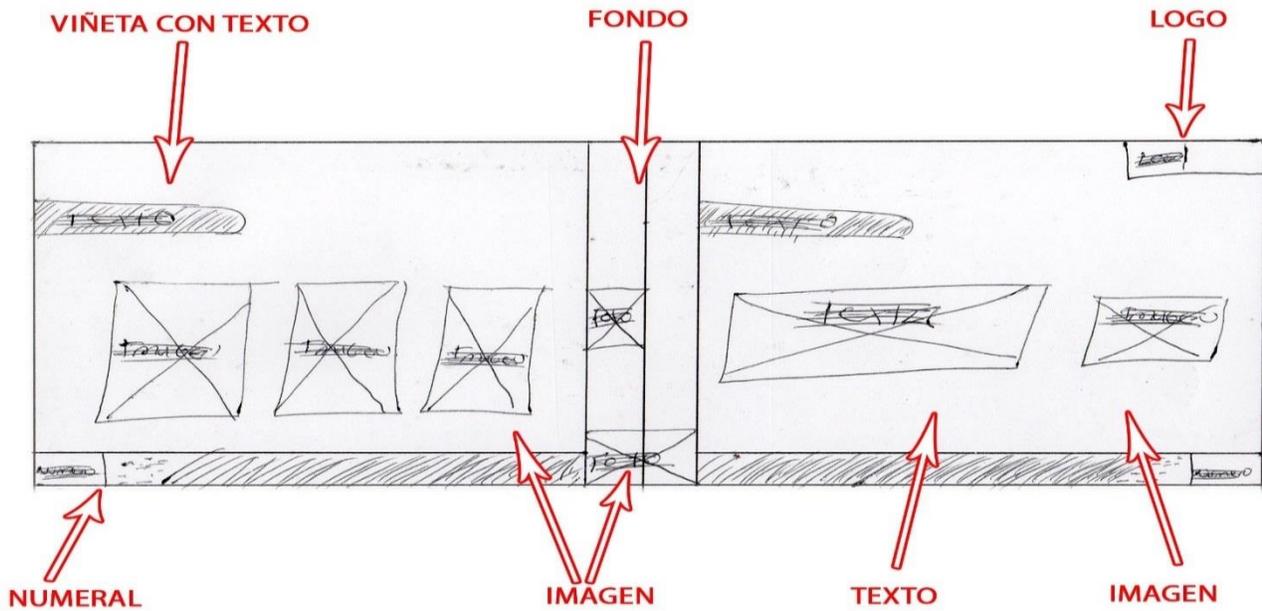
DESCRIPCIÓN: Se busca llenar Las formulaciones deseadas para el lector al utilizar los conceptos y colores atractivos, para darle el realce a la empresa radial.

PLANTILLA DE LA FORMA DE CÓMO SE USARÁ EN LA COLOCACIÓN DE IMAGENES Y TEXTO.



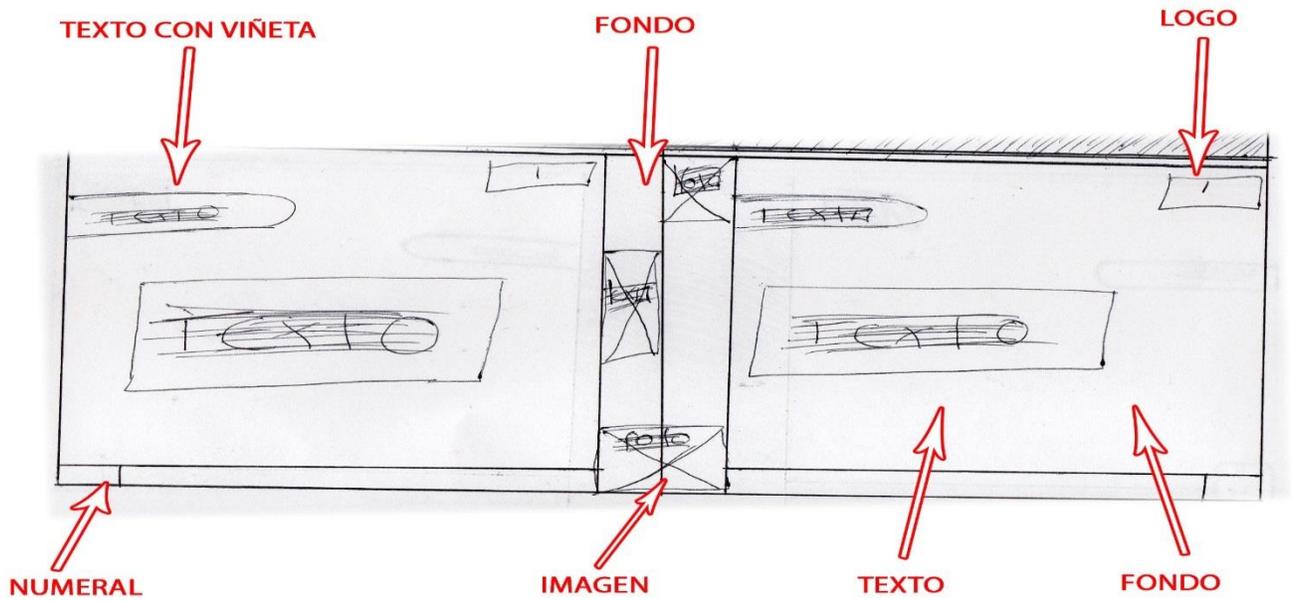
Los bocetos son realizados con la finalidad de conceptualizar directamente la formulación, sin mayores cambios para el manual de inducción.

ORIENTACIÓN DEL USO DE LAS IMÁGENES Y TEXTO EN DIFERENTES FORMAS DE SU USO ADECUADO



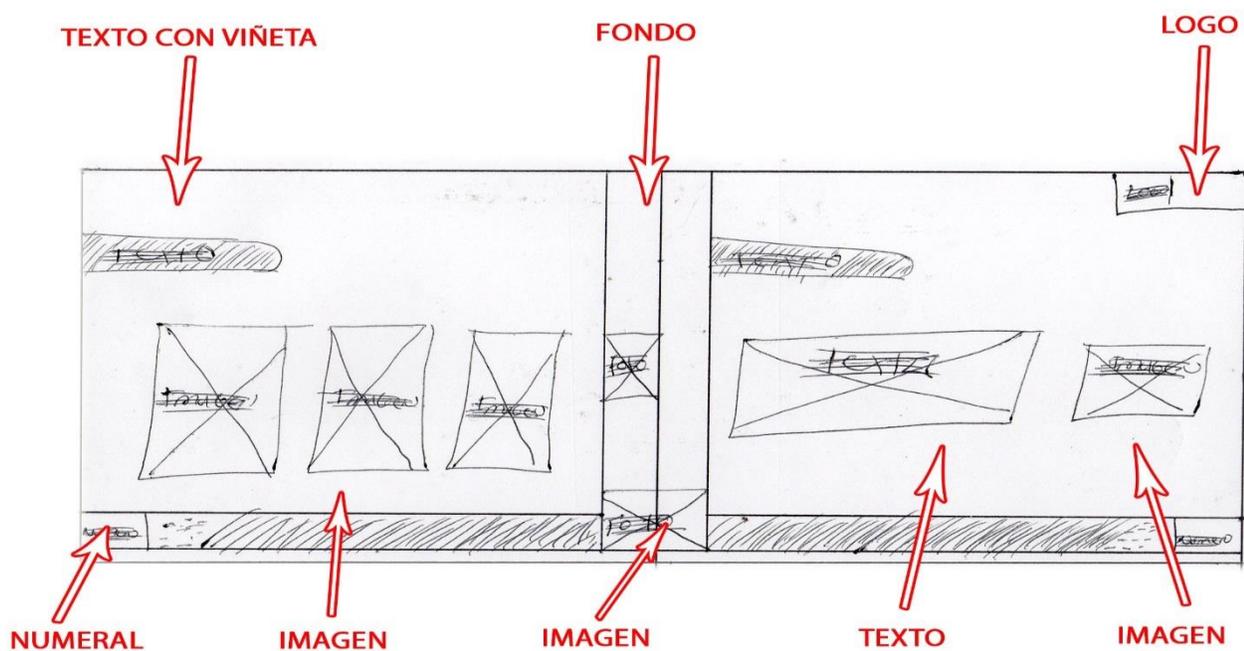
JUSTIFICACIÓN; Los conceptos de la identidad de la marca siempre serán reflejados en este manual, por los colores institucionales de la radio y detallado con imágenes para darle el realce importante del manual.

DIFERENTES FORMAS DE COLOCAR EL TEXTO COMBINADO CON EL FONDO.



El texto es muy importante para detallar los conceptos radiales y darle el lineamiento necesario para lograr el propósito del manual.

LA UNIFICACIÓN DEL USO DE TEXTO E IMÁGENES

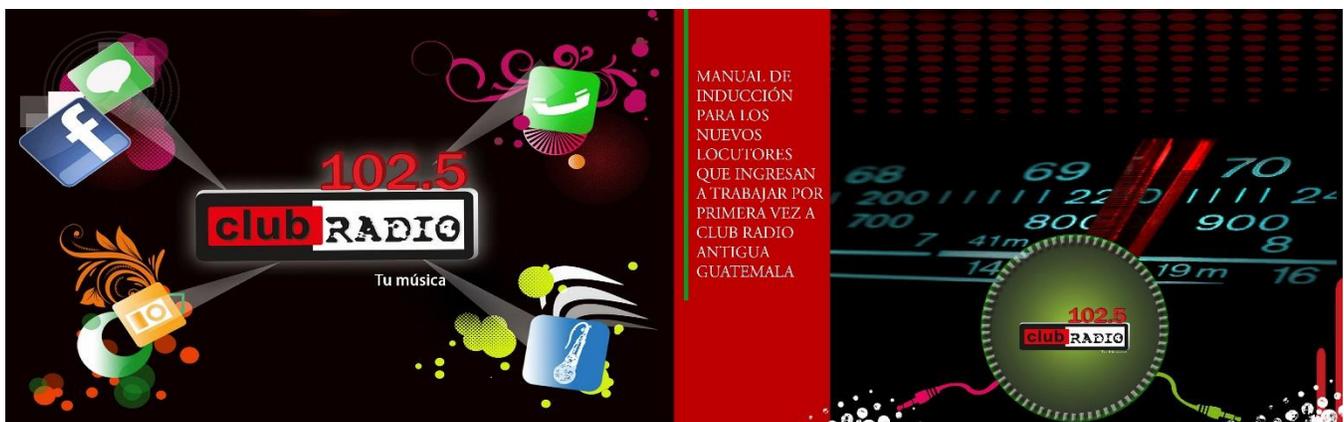


JUSTIFICACIÓN: En este boceto se detalla la finalidad de integrar imagen y texto, para detallar el manual y darle la similitud a la hora de digitalizarlo.

7.4 Propuesta Preliminar:

Las propuestas preliminares están basadas en los bocetos hechos anteriormente. El proceso para la elaboración de las propuestas inicia con la digitalización de los bocetos, donde se procedió a la integración de los elementos digitales, para crear las composiciones que dieron como resultados las propuestas preliminares, que a continuación se detallan.

Propuesta preliminar portada y contraportada con medidas en pulgadas de 16 x 5.



Los colores institucionales representarán a los nuevos locutores a identificarse con la empresa radial club radio, brindándole la información necesaria para orientar sus lineamientos y formación desde el inicio al mostrar el logo de la empresa a un costado como forma de pestaña, para mejor orientación y visualización de la marca.

Se utiliza los colores referentes a la empresa radial, para identificar la marca a los lectores y que se den a conocer directamente a la formulación del concepto radial existente en la armonía empresarial.

Propuesta preliminar de página 2

PLATAFORMA MTC



21

El software de mensajes de texto, es un sistema integrado por las empresas de telefonía Nacional, con el fin de recibir y mandar mensajes de texto, y contenidos aplicados a todos los teléfonos celulares, el software tiene una interfaz de entrada y una de salida, así como se les da la respuesta a la música que realiza el locutor.



Lineamientos

Los lineamientos del programa de inducción tendrán que ser revisados por el coordinador y los locutores, para adaptarlo al nuevo locutor y ver las necesidades de cada uno, tendrán su función a la hora de la presentación del proyecto del manual de inducción para que tenga una nueva orientación enfocada, en una cabina radial.

4

Se presenta los conceptos integrales de la empresa radial, para orientar la formación definida con la visión organizacional fundamentada en metas y contribuciones, de cada uno de los que tiene un cargo empresarial.

Propuesta preliminar de página 3

HARDATA RADIO



20

Hardata HDX es un sistema ideal para el uso especial del programa radial, basado en su formación manual y sencilla que se puede utilizar de una forma segura y un concepto básico para estaciones de radio, permite a los locutores y otros archivos específicos y efectos de sonido para realizar una pequeña biblioteca en el mismo software.



INDUCCIÓN

Los lineamientos del programa de inducción tendrán que ser revisados por el coordinador y los locutores, para adaptarlo al nuevo locutor y ver las necesidades de cada uno, tendrán su función a la hora de la presentación del proyecto del manual de inducción para que tenga una nueva orientación enfocada, en una cabina radial.

5

Los conceptos de la empresa radial tienen como visión orientar a cada uno de sus trabajadores, dándoles un concepto fresco y misionario, para identificarse con la armonía existente en el ámbito de trabajo.

Propuesta preliminar de página 4

HARDATA RADIO

LIGADORES
Los ligadores es la forma de dar a conocer los segmentos que cada radio tiene, es darle el balance musical a un cambio ya sea de pauta o música son los cambios en función que se dan cada cierto tiempo.

MÚSICA
La música se busca por carpetas y luego, se arrastra hacia el centro, o se realiza doble clic y se da play, de cualquier forma es importante y funcional la carpeta de música, está en varias carpetas es solo buscar lo que la parrilla musical pida, por la variedad de conceptos musicales, y los horarios que se establecen en la animación de los locutores

PAUTA
La pauta es el spot que el cliente o anunciante solicita, se trabaja por medio de producción local o por medio de una agencia de publicidad la pauta ya viene establecida por medio del software con los horarios que el cliente solicite en su interés, el horario es muy importante, por la funcionalidad de la segmentación, de mas audiencia.





MISIÓN

Crear experiencias a través de contenido relevante innovador para lograr la conexión uno a uno con nuestra audiencia.

19

6

Hardata es el software más importante de la radio, por su uso de programación donde se encuentran los ligadores, música y pauta donde se le da el uso adecuado, a la programación y segmentación de la parrilla musical establecida según las normas del grupo radial.

Propuesta preliminar de página 5

VÚMETRO PFL



Es el uso importante promedio, el volumen niveles no deben ser más de 25 o es demasiado alto, sonido y respuesta generalmente más de saturación perjudiciales audio si el nivel es los niveles de ruido serán altos en relación al sonido principal

más adecuado, a por su medición de máximos y para reflejar peribido, los de superar el área 30 VU, si el sonido la calidad del en frecuencia es pobre y los efectos pueden ser para la salida del demasiado bajo





VISIÓN

Ser el grupo líder de medios impactando positivamente la forma en la que nuestra audiencia percibe el mundo a través de la radio y las nuevas plataformas digitales

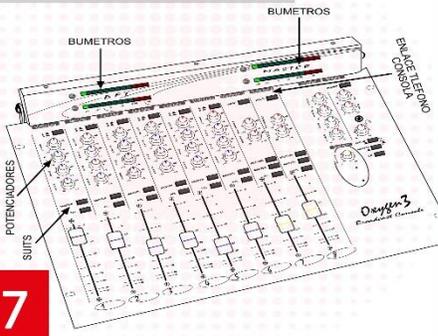
18

7

El vúmetro en el proceso de la consola en su balance y paneo su uso inadecuado da sonidos saturados produce un silbido e interferencia total en su sonido original. Su uso es muy importante para realizar un adecuado funcionamiento en la cabina radial.

Propuesta preliminar de página 5

Consola oxygen 3



La consola es la base de la cabina de la radio y de mayor importancia, ya que tiene funciones importantes y establecidas para su uso en general y una fina señal establecida con un filtro de señal, y ecualización que se utiliza ya sea digital o paramétrico se hace para modificar el contenido espectral de la señal original.

OBJETIVOS

Es la presentación de los procesos específicos orientados para la identificación de la visión misión objetivos y estrategias para una buena función de los nuevos locutores, que se forman directamente en el estatus radial de RCN (Radio Corporación Nacional)

17

8

Se dan los pasos en el proceso de la consola, con sus respectivas funciones orientadas en buen funcionamiento y buen uso de su balance y paneo, al ser fundamental en su uso adecuado y orientado en la formación de los procesos.

Propuesta preliminar de página 6

FASES EN RADIO





OBJETIVOS

Ser una guía de orientación para los nuevos locutores que ingresen por primera vez a efectuar actividades laborales a la radio emisora de club Radio de Antigua Guatemala.

16

9

Los procesos son en tres fases que al final se unen dándole paso a paso la orientación en total para su formación adecuada y ordenada. Para el uso en la cabina radial, se establece en pasos para tener el orden importante y unificar al final todos los procesos que se utilizan en una cabina radial.

Propuesta preliminar de página 7

PASOS DE LOCUCIÓN

No basta la voz para ser un buen locutor, es imprescindible el acento del conocimiento para no dejar vacía la palabra ni hueca la expresión el locutor(a) es la carta de presentación del medio de comunicación ya sea radial o televisivo con todas las exigencias que ello representa el oyente necesita de un locutor(a) que le aporte confianza quienes ejercen esta profesión han de estar muy bien preparados en el orden cultural, económico, político, social sin obviar los temas medio ambientales contar con una buena voz abre muchas puertas, sin embargo, es imprescindible,

15



PROGRAMACIÓN

102.5
clubRADIO

Todo locutor debe tener una personalidad al aire para diferenciarse de los demás. Quizá seas muy alegre al aire, quizá seas sereno, quizá seas explosivo, quizá seas romántico, etc. algo que ayude mucho reforzar la personalidad de un locutor es adoptar frases de apoyo; algo así como los slogans para un producto o servicio pero tuyas. ¿Qué ganas teniendo frases acuñadas por ti y para ti? Popularidad, la gente repetirá tus frases y sabrán que provienen de ti es un toque de diferenciación

10

Los pasos radiales son técnicas y orientaciones adecuadas para la adecuada funcionalidad en una cabina radial, orientados para el conocimiento de cómo ser un eficiente locutor, y formarlos con la política de la radio hacer locutores.

Propuesta preliminar de página 8

PASOS DE LOCUCIÓN

La radio es un medio muy divertido que se presta de gran forma para trabajar tu mente al máximo en cuestión de creatividad primero debes aceptar que no hay ideas malas, que todas son buenas y que debes anotarlas para que de ella, se vayan generando otras que quizá sean mejores. Sea lo que busques, puedes llegar a esa idea brillante de varias formas

14



TIP DE LOCUCIÓN

102.5
clubRADIO

Elimina el supuesto de que se escucha mejor tu voz al aire si estas parado. Con la tecnología de hoy, el acústico mejorado y en general el equipo de primera calidad harán el trabajo. Siéntate, pongo cómodo(a), estar parado solo te dará cansancio de espalda y de pies.

11

Se utilizan tips de locución, siempre pensando en su formación apropiada, por su funcionalidad de capacitar en el mismo manual, lo necesario de su buen uso al ser eficaz en sus objetivos.

Propuesta preliminar de página 9

El diagrama muestra un recuadro central verde que conecta dos secciones de texto. A la izquierda, un recuadro gris contiene el título 'PASOS DE LOCUCIÓN' y un párrafo de texto. A la derecha, un recuadro gris contiene el título 'TEMATICA MUSICAL' y un párrafo de texto. En la esquina superior derecha del diagrama hay un logo que dice '102.5 club RADIO'. En la parte inferior de cada sección de texto hay un recuadro rojo con un número: '13' a la izquierda y '12' a la derecha.

PASOS DE LOCUCIÓN

Todo locutor debe tener una personalidad al aire para diferenciarse de los demás. Quizá seas muy alegre al aire, quizá seas sereno, quizá seas explosivo, quizá seas romántico, etc. algo que ayuda mucho reforzar la personalidad de un locutor es adoptar frases de apoyo; algo así como los slogans para un producto o servicio pero tuyas. ¿Qué ganas teniendo frases acuñadas por ti y para ti?

13

TEMATICA MUSICAL

Programar es una técnica, pero, al mismo tiempo, también es un arte: la técnica y el arte de idear, realizar y presentar unos contenidos que brinden un servicio al tipo de audiencia al que se dirige la emisora acorde con los principios editoriales de la empresa, los recursos humanos y técnicos de los que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emite.

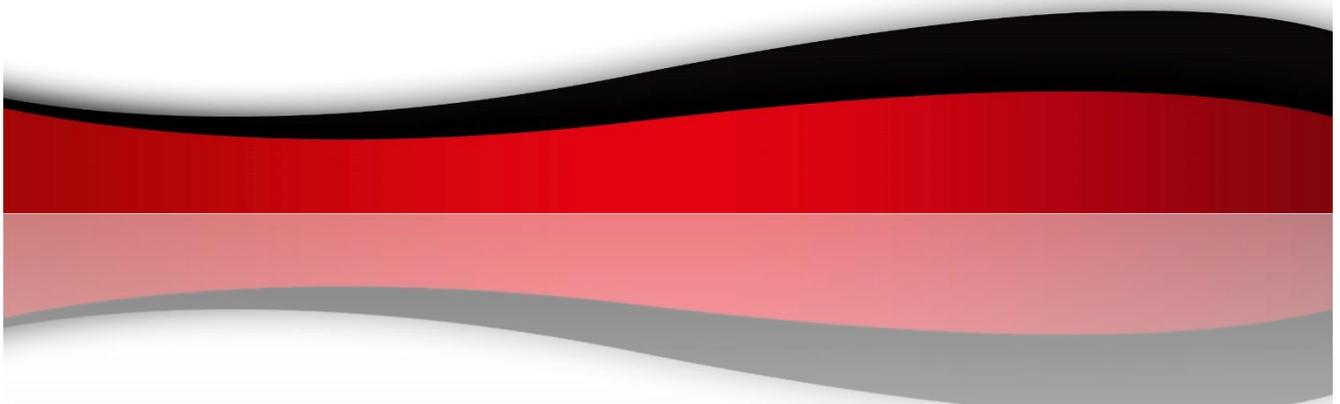
12

102.5 club RADIO

Se enfoca el arte y la técnica enfocados en creatividad. El locutor debe ser creativo, dinámico para brindar un adecuado servicio a la audiencia a la que tiene el consentimiento del gusto, porque es fácil en nuestros tiempos cambiar a la emisora que llene las preferencias de su agrado musical.



VALIDACIÓN TÉCNICA



8.1 POBLACIÓN Y MUESTREO:

Después de la realización del manual de inducción se procedió a fundamentar dentro del proceso una forma de evaluar el sistema del manual, implementando un instrumento de validación enfocada en la comunicación y diseño.

Para validar el proyecto fue necesario verificar los criterios del grupo objetivo, se entrevistó a un total de 25 personas a nivel de diseño y comunicación, para identificar los objetivos del manual de inducción considerando los posibles cambios que pueda tener.

8.2 MÉTODO E INSTRUMENTOS:

Se realizó como referencia una herramienta investigativa, que logrará reunir la información necesaria del manual de inducción observando así el resultado apropiado para llegar al objetivo.

La encuesta es una herramienta que llega a los resultados requeridos validando los datos importantes para la visualización de las personas que la lean, al reunir los requisitos necesarios para su tabulación. La encuesta se basó en 10 preguntas que responden a la realización de los objetivos, realizada en las tres áreas necesarias, para el desarrollo del manual de inducción, las que se formularon en Objetiva, semiológica y operativa.

Parte Objetiva: Responde a los objetivos generales y específicos del proyecto a realizar

Parte Semiológica: Son los elementos visuales y el manejo de los mismos, para la transmisión de mensajes.

Parte Operativa: Son los objetivos formativos para conocer la claridad de la información y comprensión del manual de inducción.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
(FACOM)
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO DE TESIS

Nombre: Experto
Proción: Genero F M
Años de experiencia Edad
Puesto que desempeña Grupo Objetivo

DISEÑO DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN PARA LOS NUEVOS LOCUTORES QUE INGRESAN POR PRIMERA VEZ A LABORAR A CLUB RADIO ANTIGUA GUATEMALA.

Objetivos

Antecedentes:

Empresa guatemalteca poseedora de la marca R.C.N.(Radio Corporación Nacional) dedicada desde hace 10 años a transceder a la vanguardia de la tecnología y la responsabilidad de los clientes, que es una base fundamental en el crecimiento de la empresa radial siendo los pioneros en el concepto de música para géneros juvenil. Cada jueves se trasforma para cambiar fomato y pasarlo a jueves de clásicos.

Actualmente se observó que Club Radio de R.C.N, carece de un manual de inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a laborar a Cub Radio Antigua Guatemala.

A Continuación se le presenta una serie de preguntas. Según su criterio responda a cada una de ellas.

PARTE OBJETIVA:

1.-¿Considera usted que es necesario el diseño de un manual de inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a laborar a Club Radio?

SI NO

2.- ¿Considera que es necesario realizar una investigación de los conceptos relacionados de como introducir al personal dentro de la empresa radial para sustentar el contenido del manual de inducción?

SI NO

3.- ¿Considera usted importante la recopilación de la información relacionada dentro de la cabina radial para utilizarla dentro del manual de inducción para los locutores de recién ingreso a Club Radio?

SI NO

4.- ¿Considera que es necesario la Ilustración a través de la fotografía de los procedimientos que se llevan a cabo dentro de una cabina radial y dar la orientación de las funciones del software utilizados en la cabina radial para los nuevos locutores de Club Radio.

SI NO

5.- ¿Considera que es necesario la vectorización de la consola para detallar las partes importantes que utilizan los locutores y facilitar la orientación a los nuevos locutores de recién ingreso a Club radio de RCN?

SI NO

PARTE SEMIOLOGÍA.

6.- ¿Considera que las fotografías utilizadas dentro del Manual de Inducción para los locutores que ingresan por primera vez a Club Radio, representan y ejemplifican las explicaciones de cada elemento que se utiliza en la cabina de radio?

MUCHO POCO NADA

7.- ¿Cree que los iconos y símbolos utilizados dentro del manual inducción contextualizan y permiten un mayor entendimiento del manual?

MUCHO POCO NADA

PARTE OPERATIVA

8.- ¿Considera que es importante la utilización de los colores instituciones dentro del manual de inducción?

SI NO

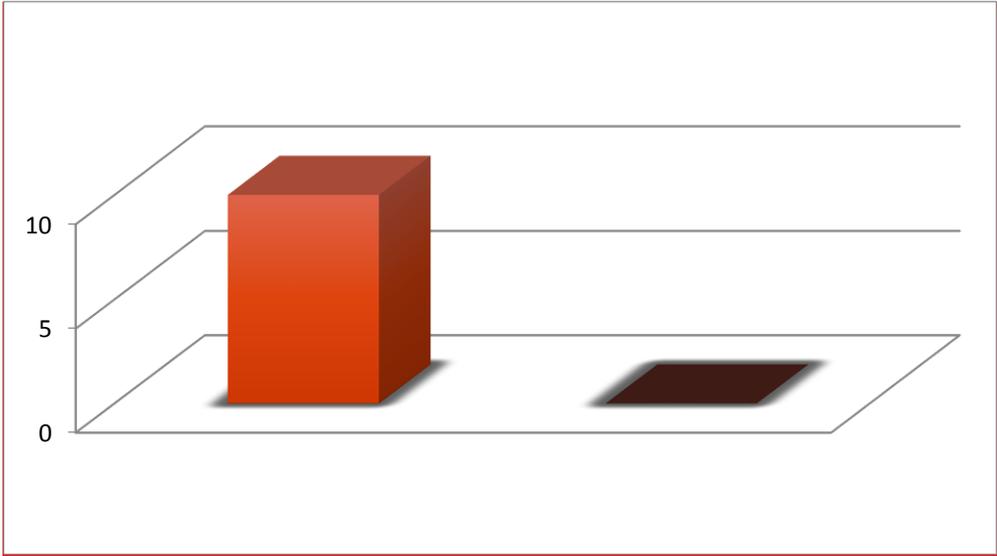
9.- ¿Considera que la tipografía aplicada al Manual de Inducción permite una fácil legibilidad?

SI NO

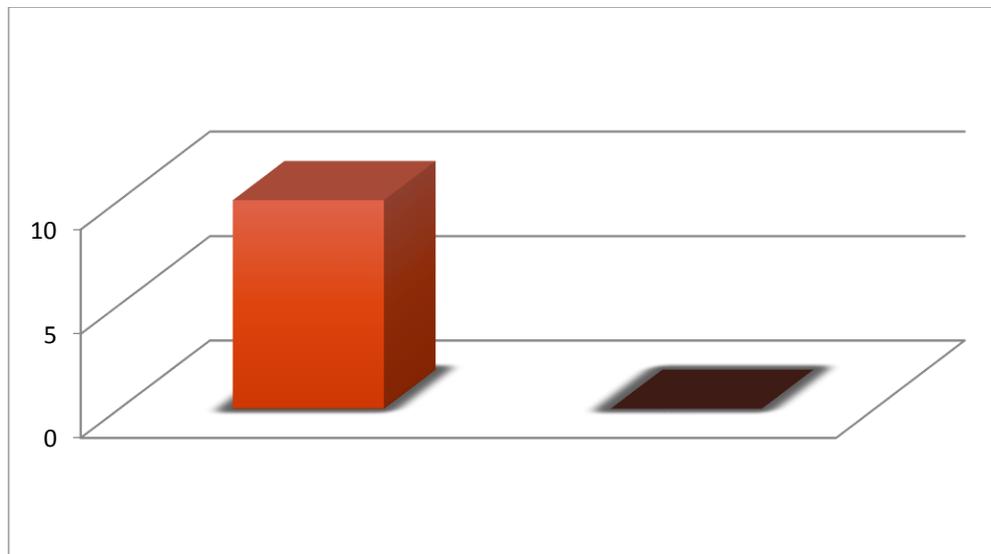
Observaciones:

8.3 Resultados e interpretación de resultados: Después de haber realizado el manual de inducción para los nuevos locutores de Club Radio Antigua Guatemala, se validó el proyecto con el cliente y experto de las áreas de comunicación y diseño. Los resultados se presentan en respuestas obtenidas son:

1.-¿Considera usted que es necesario el diseñoun manual de inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a laborar a Club Radio?

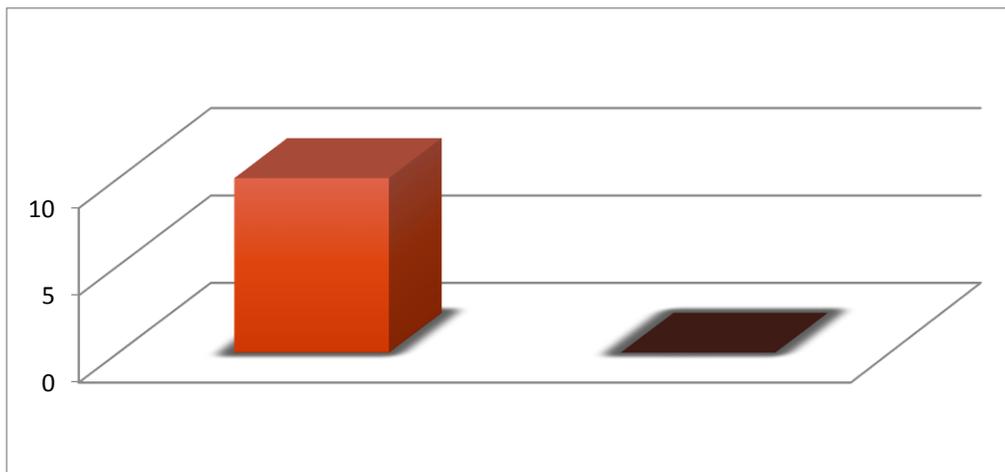


2.- **¿Considera que es necesario realizar una investigación de los conceptos relacionados de como introducir al personal dentro de la empresa radial para sustentar el contenido del manual de inducción?**



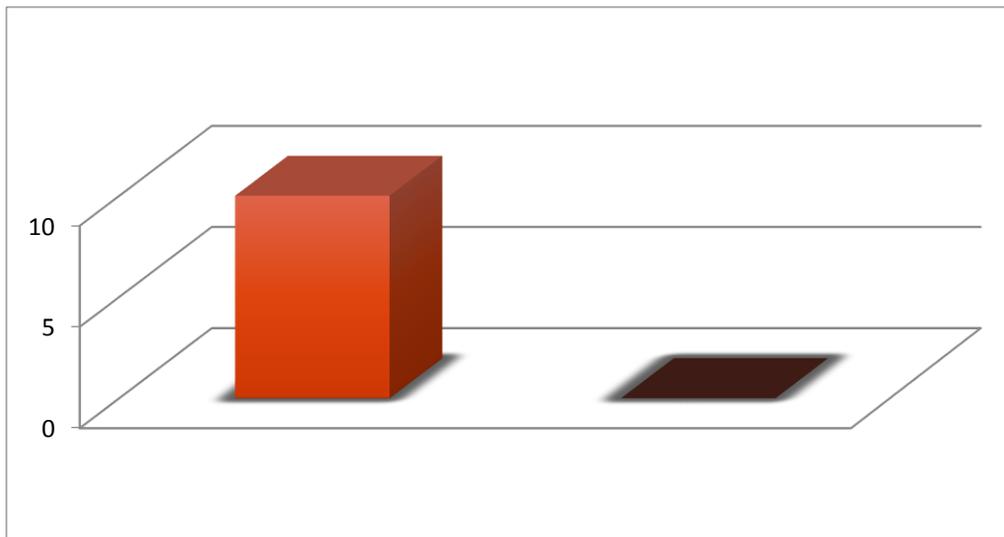
Según el dato recaudado, el 100% de las personas considera que es importante la investigación para la creación de un manual de inducción para la capacitación de los nuevos locutores.

2- **¿Considera importante realizar un manual de inducción donde se enfoque el software utilizado en una cabina de radio?**



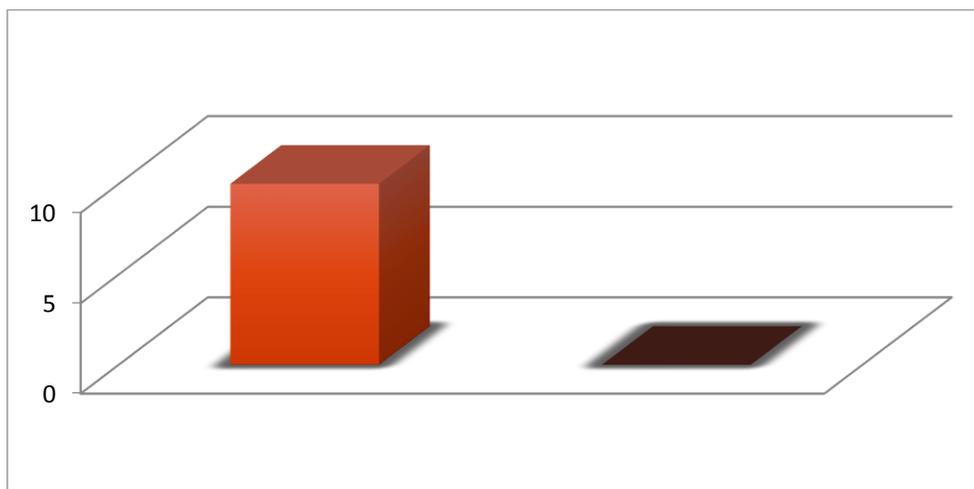
Según el dato recaudado el 100% de las personas considera importante un manual de inducción donde se enfoque el software Utilizado en una cabina de radio.

3-¿Cree que es importante tener un proceso de fotografía a toda la cabina de club radio, para tener conocimiento general en todo los pasos de funcionamiento?



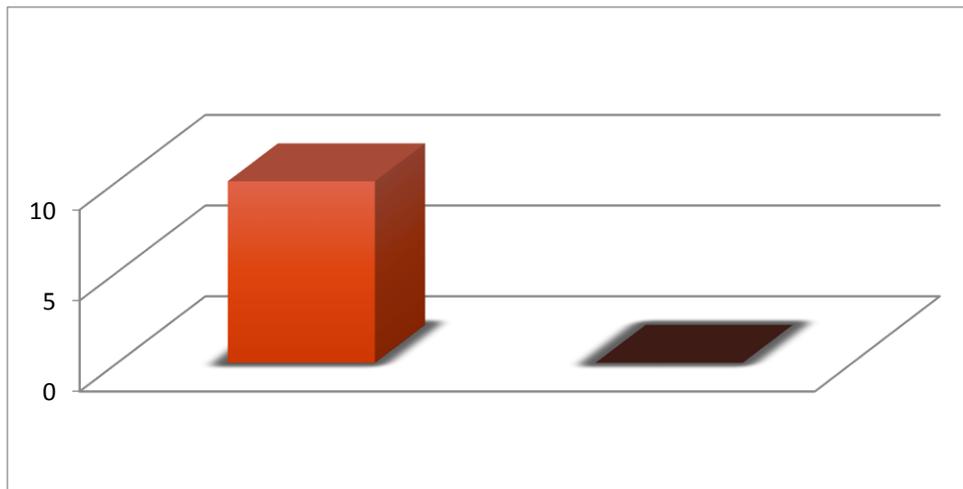
Según el dato recaudado, el 100% de las personas cree que es importante tener un proceso de fotografía a toda la cabina de Club Radio, para tener conocimiento general. Según lo recaudado el manual sigue igual.

4 ¿Considera que es importante la vectorización de la consola para detallar las partes importantes que utilizan los locutores y facilitar la orientación a los nuevos locutores de recién ingreso a Club Radio?



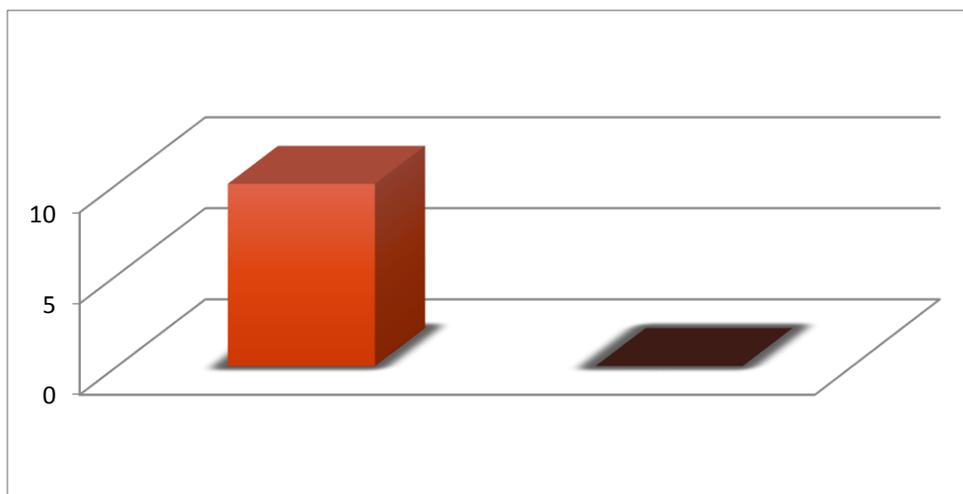
Según el dato recaudado, el 100% de las personas considera que la vectorización de la consola sería importante, para facilitar su enseñanza en el manual de inducción para los nuevos locutores de Club Radio. Según lo recabado el manual sigue su mismo diseño.

5- ¿Considera que si se utiliza un manual de inducción a la enseñanza sería más efectiva y ayudaría para que su uso fuese más aplicado?



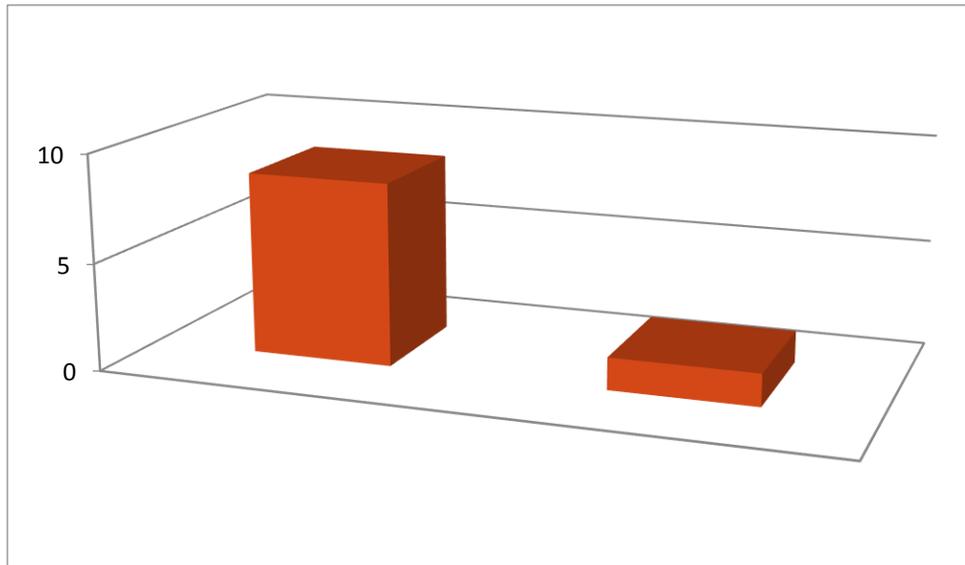
Según el dato recaudado, el 100% de las personas considera que sí se utiliza un manual de inducción. La enseñanza sería más efectiva y ayudaría para que su uso sea más aplicado. El manual no tiene ningún cambio relativo.

6- ¿Considera que es importante la práctica para mejorar la enseñanza en una radio?



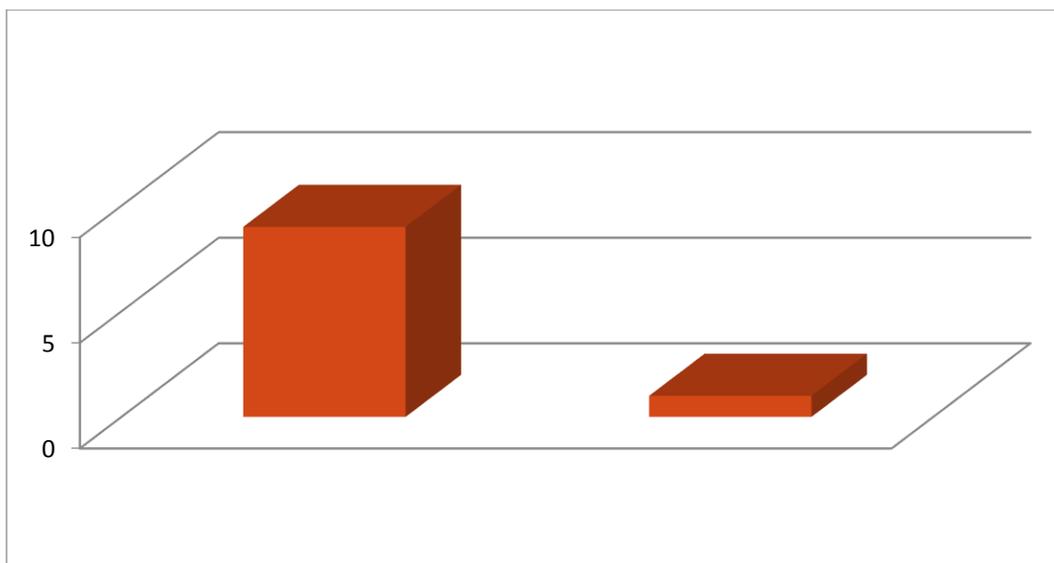
Según el dato recaudado, el 100% de las personas considera que es importante la práctica para mejorar la enseñanza en una radio.

7- ¿Considera que si se utiliza un manual de inducción con colores institucionales de la empresa daría un toque de simpleza y mayor atención?



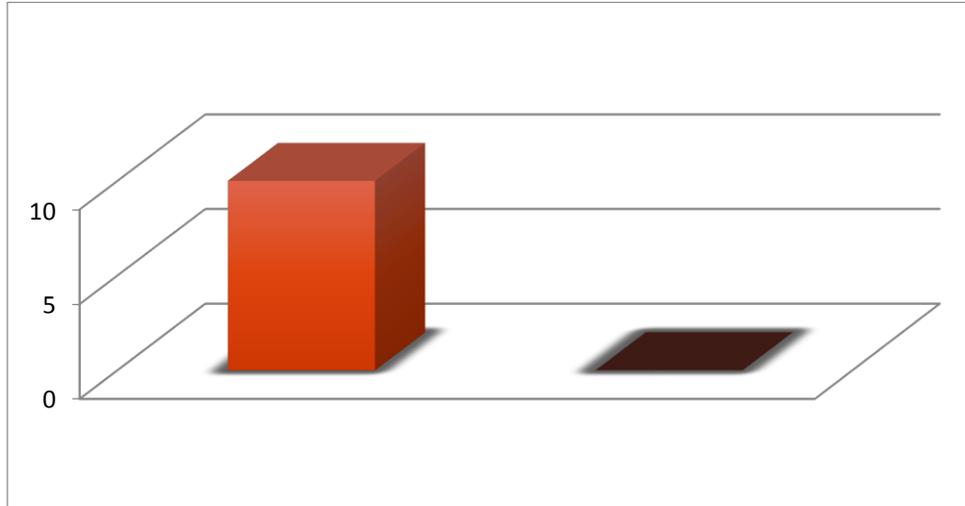
Según el dato recaudado, el 85% de las personas considera que si se utiliza un manual de inducción con colores institucionales de la empresa, daría un toque de simpleza y mayor atención. El manual tendrá un cambio de color verde a los colores institucionales, rojo y negro.

8- Considera importante la utilización de los colores institucionales rojo y negro?



Según datos recaudados, el 90% de las personas considera importante la utilización de los colores institucionales rojo y negro. Según lo recabado, los cambios de colores institucionales serán importantes en el manual de inducción.

9- ¿Considera que la tipografía aplica a la facilitación de un manual para su lectura e interpretación?



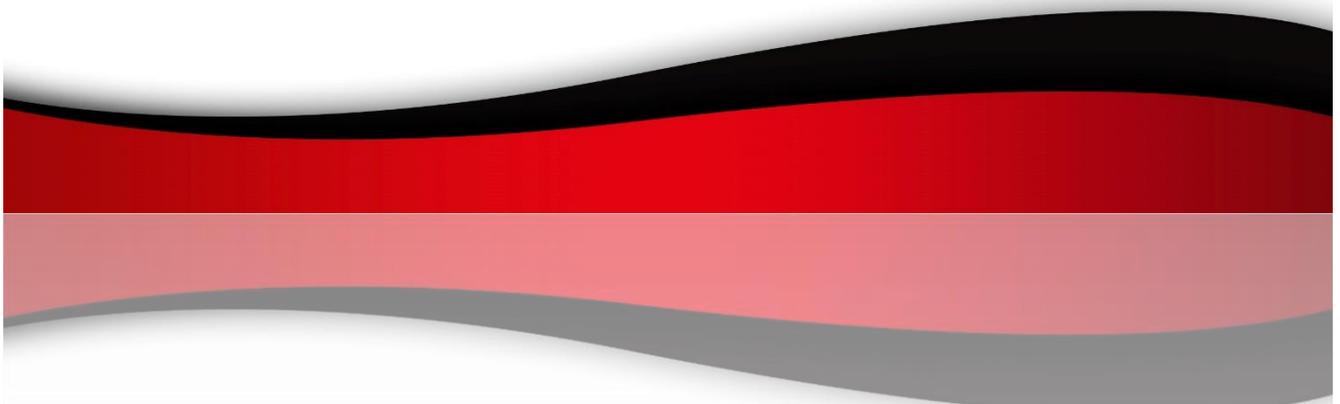
Según el dato recaudado, el 100% de las personas considera que la tipografía aplica a la facilitación de un manual para su lectura e interpretación.

Cambios en base a los resultados

Justificación: Se dieron los cambios establecidos por sugerencias de nuestro público objetivo al lograr testificar lo adecuado y darle en sí, la visualización, importante de sus colores instituciones.



PROPUESTA GRÁFICA FINAL



Antes



Después



Se dio el cambio para utilizar los colores institucionales requeridos. Se logró establecer la unificación institucional para orientar en sí los contrastes de su logotipo radial. Se le cambió el fondo del botón, que anterior era verde. Se dejó en un fondo negro el texto del manual se le hizo un cambio de tipografía para darle movimiento a las letras agregándole el concepto LA MÚSICA TE RELAJA Y TE DIVIERTES derribado de la técnica creativa de famosos.

Antes

Plataforma MTC



21



Lineamientos

Los lineamientos del programa de inducción tendrán que ser revisados por el coordinador y los locutores, para adaptarlo al nuevo locutor y ver las necesidades de cada uno, tendrán su función a la hora de su presentación del proyecto del manual de inducción para que tenga una nueva orientación enfocada, en una cabina radial en su funcionamiento.

4

Después

PLATAFORMA MTC



21



El software de mensajes de texto, es un sistema integrado por las empresas de telefonía Nacional, consistente en recibir y mandar mensajes de texto, y contenidos aplicados a todos los teléfonos celulares. el software tiene una bandeja de entrada y una de salida, es donde se les da la respuesta a la mística que realiza el locutor.

LINEAMIENTOS



Los lineamientos del programa de inducción tendrán que ser revisados por el coordinador y los locutores, para adaptarlo al nuevo locutor, tendrán su función a la hora de la presentación del proyecto del manual de inducción para que tenga una nueva orientación enfocada, en una cabina radial.



4

Se le incluyó dinamismo y color fondo negro, con fotos que dan la sensación de ritmo y orientación para darle otro concepto visual.

Antes

HARDATA RADIO



20

Hardata HDX es un sistema ideal para el uso especial del programa, radial basado en su formación manual y sencilla que se puede utilizar de un forma segura y un concepto básico para estaciones de radio, permite a l m a c e n a r música y otros archivos específicos y efectos de sonido para realizar una pequeña biblioteca en el mismo software



INDUCCIÓN

Los lineamientos del programa de inducción tendrán que ser revisados por el coordinador y los locutores, para adaptarlo al nuevo locutor y ver las necesidades de cada uno, tendrán su función a la hora de la presentación del proyecto del manual de inducción para que tenga una nueva orientación enfocada, en una cabina radial

102.5 club RADIO

5

Después

HARDATA RADIO mx



20



INDUCCIÓN

Cada nuevo locutor tendrá un mentor encargado de dar las indicaciones y las características apropiadas a su función, para designar responsabilidad a su función y que se cumpla su uso en la formación para su utilidad.

102.5 club RADIO

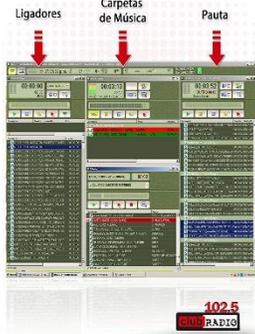


5

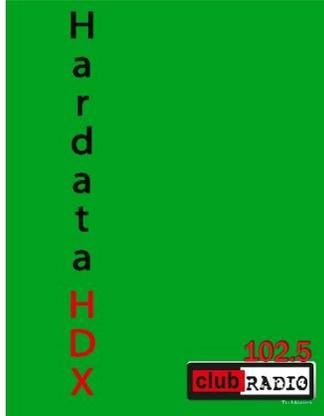
Se agregaron imágenes y los nombres se colocaron en la parte de arriba a los procesos del software. El logo fue posicionado en el lado izquierdo.

Antes

Hardata Radio



19



Misión

Crear experiencias a través de contenido relevante innovador para lograr la conexión uno a uno con nuestra audiencia

6

Después

HARDATA RADIO mx

LIGADOR

Los ligadores es la forma de dar a conocer, los segmentos que cada radio tiene, es darle el balance musical a un cambio, ya sea de pauta o música son los cambios en función que se dan cada cierto tiempo.

MÚSICA

La música se busca por carpetas y luego, se arrastra hacia el centro, o se realiza doble clic y se da play, de cualquier forma es importante y funcional, la carpeta de música, está en varias carpetas es solo buscar, lo que la parrilla musical pida, por la variedad de conceptos musicales.

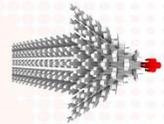
PAUTA

La pauta es el spot que el cliente o anunciante solicita, se trabaja por medio de producción local, o por medio de una agencia de publicidad, la pauta ya viene establecida por medio del software con los horarios que el cliente solicite.



MISIÓN

Crear experiencias a través de contenido relevante, innovador para lograr la conexión uno a uno con nuestra audiencia.



19

6

Se le quitó la jpg del software y se le agregaron los lineamientos de su uso paso a paso. Fue posicionado en el orden que se encuentra en el software y se le agregaron imágenes que dan un diseño dinámico

Antes

Vúmetro PFL



Es el uso más adecuado, e importante promedio, por su medición de máximos y mínimos para reflejar el volumen percibido, los niveles no deben superar el área roja más de 25 o la calidad del sonido y respuesta es pobre y los efectos generalmente más perjudiciales para la salida del audio si el nivel es demasiado bajo los niveles de ruido serán altos en relación al sonido principal

18



Visión

Ser el grupo de medios, impactando positivamente la forma en la que nuestra audiencia percibe el mundo a través, de la radio y las nuevas plataformas digitales

7

Después

VÚMETRO PFL



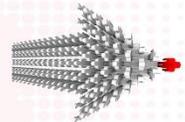
Es el uso más adecuado, e importante promedio, por su medición de máximos y mínimos para reflejar el volumen percibido, los niveles no deben superar el área roja más de 25 o la calidad del sonido y respuesta es pobre y los efectos generalmente más perjudiciales para la salida del audio si el nivel es demasiado bajo los niveles de ruido serán altos en relación al sonido principal

18



VISIÓN

Ser el grupo líder, de medios impactando positivamente, la forma en la que nuestra audiencia percibe el mundo a través de la radio, y las nuevas plataformas digitales.

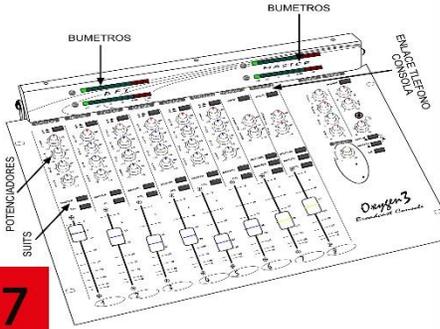


7

Se le agregaron imágenes y decibeles de frecuencia radial, que dan el lado dinámico de la presentación del manual

Antes

Consola oxigen 3



17

La consola es el proceso de manejo para la inserción del filtro en el camino de la señal, cuya respuesta de frecuencia puede manipularse determinando el tipo de consola y ecualización que se utilice ya sea gráfico, paramétrico esto se hace con el fin de modificar el contenido espectral de la señal original

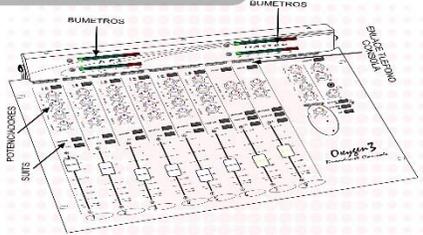
Objetivos

Son la presentación de los procesos específicos orientados para la identificación de la visión, misión, objetivos y estrategias para una buena función de los nuevos locutores que se forman directamente en el estatus radial de RCN. (Radio Corporación Nacional)

8

Después

CONSOLA OXIGEN 3



17

La consola es la base de la cabina de la radio y de mayor importancia, ya que tiene funciones importantes y establecidas para su uso en general y una fina señal establecida en un filtro de señal, y ecualización que se utilice ya sea digital o paramétrico se hace para modificar el contenido espectral de la señal original.

OBJETIVOS

Es la presentación de los procesos específicos orientados para la identificación de la visión misión objetivos y estrategias para una buena función de los nuevos locutores, que se forman directamente en el estatus radial de RCN (Radio Corporación Nacional)

club RADIO 102.5

8

Se le cambian las imágenes para no ser las mismas y que no se tornen muy pesadas. Se logran interactuar imágenes relacionadas al mismo concepto radial, con orientación en el fondo negro de indicaciones y de su forma adecuada de uso.

Antes

Faces en radio

Faces en Cabinas radiales

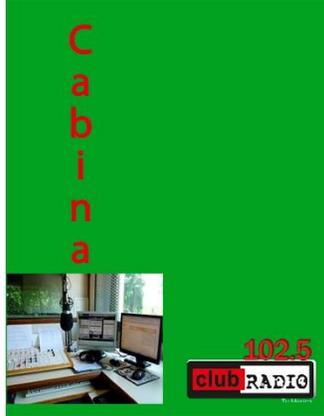
PRIMERA FASE EN CABINA RADIAL.
S inicia con los conocimientos del manejo de redes sociales, y términos que se manejan para darle el detalle relativo a la programación musical.

SEGUNDA FASE EN CABINA RADIAL.
Manaje de las redes sociales y conocimientos del software de MTC, empezando con darle las respuestas a la música, que tenga el locutor interactuando redes sociales y mensajes de texto, se inicia a buscar temas de farándula, poemas de amor para que el locutor busque la forma de abarcar con los mensajes de texto.

TERCERA FASE EN CABINA RADIAL.
S dan todos los procesos en conjunto, manejo de redes sociales, redes sociales MTC, uso del software Harbata mx, con las salidas de micrófono y sus decibelios de audio, la púa, los ligadores, la programación musical, y la forma expresiva ante el público que los escucha unificando todos los procesos de la cabina radial.

16

102.5
club RADIO



Objetivos

Ser una guía de orientación para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a efectuar actividades laborales a la radio emisora, de Club radio Antigua Guatemala.

9

Después

FACES RADIALES

Faces en Cabinas radiales

PRIMERA FASE EN CABINA RADIAL.
S inicia con los conocimientos del manejo de redes sociales, y términos que se manejan para darle el detalle relativo a la programación musical.

SEGUNDA FASE EN CABINA RADIAL.
Manaje de las redes sociales y conocimientos del software de MTC, empezando con darle las respuestas a la música, que tenga el locutor interactuando redes sociales y mensajes de texto, se inicia a buscar temas de farándula, poemas de amor para que el locutor busque la forma de abarcar con los mensajes de texto.

TERCERA FASE EN CABINA RADIAL.
S dan todos los procesos en conjunto, manejo de redes sociales, redes sociales MTC, uso del software Harbata mx, con las salidas de micrófono y sus decibelios de audio, la púa, los ligadores, la programación musical, y la forma expresiva ante el público que los escucha unificando todos los procesos de la cabina radial.

16



OBJETIVOS

Ser una guía de orientación para los nuevos locutores que ingresen, por primera vez a efectuar actividades laborales a la radio emisora de club Radio de Antigua Guatemala.

102.5
club RADIO

Fiabilidad
Eficacia
Calidad
Servicio

9

Se le agregaron imágenes de fondo y fotografías adecuadas a su representación radial

Antes

Pasos de locución

Elodie de Aircheck

Ya sea que estés actualmente en radio o no, te conviene que adquieras el hábito de grabar tus intervenciones en vivo (ya sean reales o ficticias).

¿Para qué te sirve esto?

Para escuchar desde fuera lo que realizaste por dentro, es decir, en tu cabeza. Cuando las personas están al micrófono es muy fácil que pierdan noción del tiempo y del espacio; es muy fácil extenderse, redundar, desenfocarse, etc. La grabación de lo que ha sucedido alaire o en una supuesta intervención en vivo se llama en inglés "Aircheck", mismo que representa la experiencia y sonido de lo que se ha hablado.

Si estas en una estación de radio, la retroalimentación de un Aircheck te lo hará otra persona, en teoría alguien que sabe más que tú y que puede guiarte para que elimines malos hábitos del habla y te muestre como hablar con estrategia de radio.

15

No busques la perfección

La radio de antaño sonaba perfecta con sus voces perfectas. No busques siempre querer producir todo lo que haces porque sonará cuadrada, artificial o robotizada.

Recuerda que afuera no se buscan voces de cartón, se buscan voces naturales y animadas.



Programación

Programar es una técnica, pero, al mismo tiempo, también es un arte: la técnica y el arte de idear, realizar y presentar unos contenidos que brinden un servicio al tipo de audiencia al que se dirige la emisora acorde con los principios editoriales de la empresa, los recursos humanos y técnicos de los que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emite. Además de la relación comunicativa que una emisora entabla con su audiencia, la programación también es el modo y la forma de idear y organizar el tiempo radiofónico de acuerdo a una actuación concreta.

10

Después

PASOS DE LOCUCIÓN

Se aconseja trabajar en periodos de 15 minutos, es decir, en 4 segmentos por hora. En 15 minutos quizá haya música, noticias, información, concursos. La música no será tu responsabilidad porque la radio de hoy tiene un programador y tú una pantalla de ordenador en la cabina o estudio que tocará toda la música de forma automatizada; el resto como la información y los concursos estarán a tu cargo y deberás encargarte de ellos con el mejor ritmo para sacarles provecho.

15



PROGRAMACIÓN

No basta la voz para ser un buen locutor, es imprescindible el acento del conocimiento para no dejar vacía la palabra ni hueca la expresión el locutor(a) es la carta de presentación del medio de comunicación ya sea radial o televisivo con todas las exigencias que ello representa el oyente necesita de un locutor(a) que le aporte confianza quienes ejercen esta profesión han de estar muy bien preparados en el orden cultural, económico, político, social sin obviar los temas medio ambientales contar con una buena voz abre muchas puertas, sin embargo, es imprescindible.



10

Se redujo el texto para no dejar muy pesada la información y sea más práctica de leer.

Antes

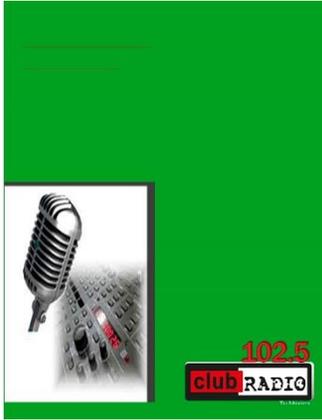
Pasos de locución

Mantén los radioescuchas escuchando

La misión del locutor es mantener las orejas bien paradas de los radioescuchas. En el momento en el que un locutor se sube al barco de la transmisión en vivo, le da la bienvenida a su público irguiente y lo entretiene para conservar su atención, en este caso de sus orejas.

Se aconseja trabajar en periodos de 15 minutos, es decir, en 4 segmentos por hora. En 15 minutos quizá haya música, noticias, información, concursos. La música no será tu responsabilidad porque la radio de hoy tiene un programador y tu una pantalla de ordenador en la cabina o estudio que tocará toda la música de forma automatizada; el resto como la información y los concursos estarán a tu cargo y deberás encargarte de ellos con el mejor ritmo para sacarles provecho.

- a) Mantener buena música, una combinación entre éxitos viejos y éxitos del momento por ejemplo.
- b) Avanzar lo que viene en los siguientes minutos.
- c) Dar la mitad de una hora y después de otros segmentos, terminar.
- d) Crear mecánicas para mantener al público escuchando como: junta las palabras y forma la frase, luego cuando escuches tal melodía, escucha las pistas y advierte. Mecánicas que son desarrolladas con el paso de los minutos en el avance de la hora.
- e) Promover un contenido muy novedoso y esperado por la audiencia para "más adelante".



14

Tip de locución

¿A quién le hablas?

¿Sabes con quién te comunicas a través del micrófono? Identifica el mercado al que vas dirigido(a). ¿Tu público es mayoritariamente femenino o masculino? Cuando ingreses a la radio, este dato es uno de los más importantes porque a partir de la respuesta, podrás determinar cómo construir tus mensajes para que sean más efectivos. A las situaciones hay que ponerles un sexo. Las ventajas que menciones al aire deben ser enfocadas a un sexo. Tu estilo de locución podría estar dirigido a un sexo incluso. Averigua cómo está dividida la audiencia en cuanto a sexo o genero y ten muy presente el porcentaje de cada cual.

11

Después

PASOS DE LOCUCIÓN

La radio es un medio muy divertido que se presta de gran forma para trabajar, tu mente al máximo en cuestión de creatividad primero debes aceptar que no hay ideas malas, que todas son buenas y que debes anotarlas para que de ella, se vayan generando otras que quizá sean mejores. Sea lo que busques, puedes llegar a esa idea brillante de varias formas.



TIP DE LOCUCIÓN

Elimina el supuesto de que se escucha mejor tu voz al aire si estas parado, con la tecnología de hoy, el acústico mejorado y en general el equipo de primera calidad harán el trabajo, sea mas efectivo y esencial.



14

11

Siempre en el mismo concepto de la lectura y fotografía, para darle dinamismo.

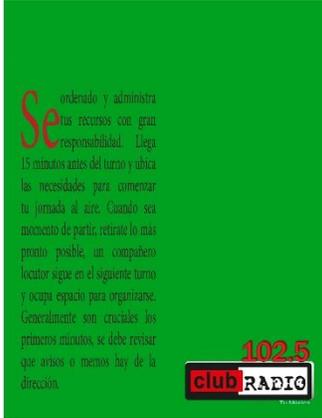
Antes

Pasos de locución

Tus frases de apoyo

Todo locutor debe tener una personalidad al aire para diferenciarse de los demás. Quizá seas muy alegre al aire, quizá seas sereno, quizá seas explosivo, quizá seas romántico, etc. Algo que ayuda mucho reforzar la personalidad de un locutor es adoptar frases de apoyo; algo así como los slogans para un producto o servicio pero tuyas. ¿Qué ganas teniendo frases acuñadas por ti y para ti? Popularidad, la gente repetirá tus frases y sabrán que provienen de ti. Es un toque de diferenciación

13



Temática Musical

Es aquella que se especializa fundamentalmente en contenidos, los cuales son desarrollados por medio de programas variados. Desde un punto de vista práctico, la parrilla se organiza de la misma manera a como lo haría cualquier emisora generalista, es decir, estructura basada en segmentos de programación y disposición de los programas a lo largo de la jornada o de la semana como citas establecidas con la audiencia. Es decir, la radio temática es el tipo de radio especializada cuyo tiempo de programación se idea de acuerdo al concepto de programa, unidad de programación, siendo el magacín especializado el principal.

12

Después

PASOS DE LOCUCIÓN

Todo locutor debe tener una personalidad al aire para diferenciarse de los demás, quizá seas muy alegre al aire, quizá seas sereno, quizá seas explosivo, quizá seas romántico, etc. algo que ayuda mucho reforzar la personalidad de un locutor es adoptar frases de apoyo; algo así como los slogans para un producto o servicio pero tuyas, lo importante sería que ganas popularidad, la gente repetirá tus frases y sabrán que provienen de ti es un toque de diferenciación entre tanta personalidad en los medios según tu estilo de locución.

13



TEMÁTICA MUSICAL

Programar es una técnica, pero, al mismo tiempo, también es un arte: la técnica y el arte de idear, realizar y presentar unos contenidos que brinden un servicio al tipo de audiencia al que se dirige la emisora acorde con los principios editoriales de la empresa, los recursos humanos y técnicos de los que se dispone y los parámetros reales del mercado en el que se emita la señal de F.M.



12

La información detallada es una técnica muy utilizada en el uso radial y son técnicas simples al ser efectivas en su desempeño radial.



PLAN DE COSTOS

Se describirán los costos y el presupuesto que se necesitaran para llevar a cabo el Manual de Inducción para los locutores de nuevo ingreso de Club Radio.

10.1 PLAN DE COSTOS DE EVALUACIÓN:

De acuerdo al costo del mercado, el sueldo de un diseñador aproximadamente es de Q.3, 000 el pago diario es de Q, 100.00 y por hora es de Q.12.50.00 las horas que se trabajaron fueron 8 semanas que dan en total Q.6, 000.00.

10.2 PLAN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN:

Son los recursos que se implementaron para la realización de un manual de inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a labor a Club Radio. Se tiene en cuenta su implementación final que será de 225 por unidad y 3,375 por el tiraje de 15 manuales con portada y contraportada con **barniz uv**.

10.3 PLAN DE COSTOS DE REPRODUCCIÓN:

Es la implementación de los costos del proceso final del manual de Inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a laborar a Club Radio, que es de 225 por unidad y 3,375 en total.

10.4 PLAN DE COSTOS DE DISTRIBUCIÓN:

El manual de inducción no tendría ningún costo ya que su uso no genera ningún costo para su distribución por su uso interno, que servirá para la capacitación del personal.

CUADRO DE PLAN DE COSTOS.

Costo de elaboración	Q.6,000
Costo de Producción	Q. 3,375
Costo de Reproducción por unidad	Q.225.00
Costo de Distribución	Q.0.0
Total	Q.9,375.00

COSTO DE ELABORACIÓN	FORMATO DE IMPRESIÓN	ELABORACIÓN DEL MATERIAL	TIEMPO REALIZADO
El sueldo de un diseñador aproximadamente es de Q.3, 000, luego el pago diario es de Q,100.00 y por hora es de Q.12.50.00	Las medidas a utilizar son de 16 pulgadas por 5 con portada y contraportada con barniz u v, y papel cuche de 180. Con tiro y retiro	El arte a diseñar es un manual de inducción, conteniendo diferente información para los nuevos locutores.	El tiempo que se llevó este proceso de información para el manual, fue de 15 semanas compartidas en diferente segmentos informativos



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



11.1 CONCLUSIONES:

11.1.1. Se diseñó un manual de inducción para los locutores que ingresan por primera vez a laborar a Club Radio, que benefició y ayudó a reducir la carga de trabajo para los actuales locutores y permitió que los colaboradores de nuevo ingreso tengan autoaprendizaje, incorporándose a sus actividades en un menor tiempo.

11.1.2 De acuerdo al primer objetivo se investigaron los conceptos relacionados de cómo introducir personal dentro de la empresa radial para sustentar el manual que complementará el ingreso de los nuevos locutores de Club Radio de RCN.

11.1.3 De acuerdo al segundo objetivo, se tendrá que recopilar la información relacionada dentro de la cabina radial, para utilizarla dentro del manual de inducción para los locutores de recién ingreso a Club Radio.

11.1.4 De acuerdo al tercer objetivo, se deberá ilustrar a través de la fotografía los procesos que se llevan a cabo dentro de una cabina radial y dar la orientación de las funciones del software utilizados en la cabina radial para los nuevos locutores de Club Radio.

11.1.5 De acuerdo al cuarto objetivo, se deberá realizar la vectorización de la consola para detallar las partes importantes que utilizan los locutores y facilitar la orientación a los nuevos locutores de recién ingreso a Club radio de RCN.

11.2 RECOMENDACIONES:

11.2.1 Revitalizar este manual para seguir aportando a nuevas generaciones de locutores, los cambios que se puedan presentar dentro de Club Radio.

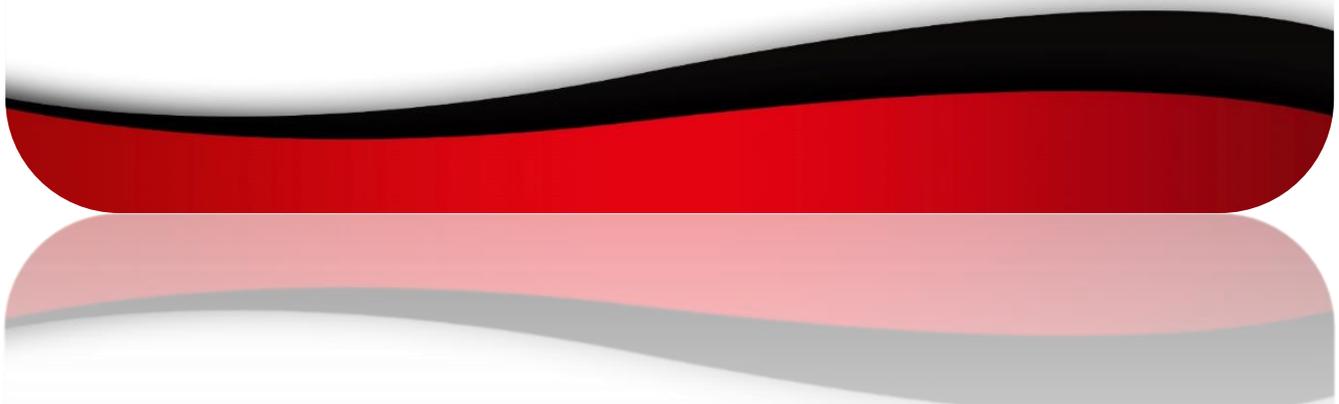
11.2.2 Recabar la información, de cómo introducir personal a la cabina radial para mantener la técnica, para el beneficio apropiado de los nuevos que en su momento ellos serán los que tengan que instruir al demás personal que ya tengan a su cargo.

11.2.3 Que se implemente la información, sobre los procesos de la utilización de software, ya que cada cierto tiempo son reemplazables por otros modernos y con diferentes funciones, para mantenerlo actualizado y en cualquier momento darle continuidad al siguiente proceso.

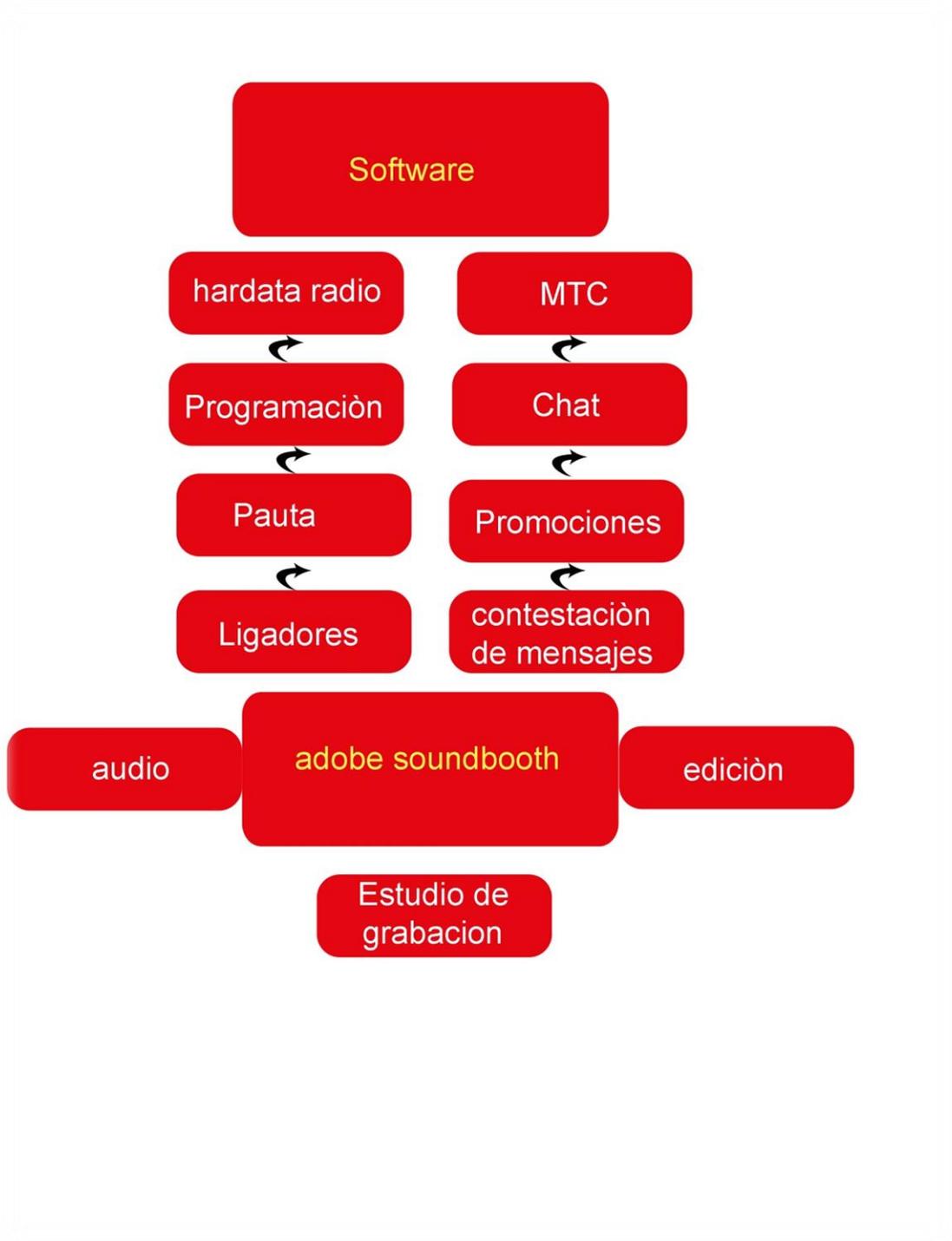
11.2.4 Es importante que se mantenga el proceso de fotografía, porque es una forma más directa de enseñanza de los procesos de una cabina radial.



CONOCIMIENTO GENERAL







Bocetaje

tec. creativa

concepto
de diseño

concepto

Burdo

Ideas

Analitico

Fotografía

primer plano

enfoco

res. los planos

Angulo

Iluminacion

diafragma

Diseño editorial

Margenes

imagen

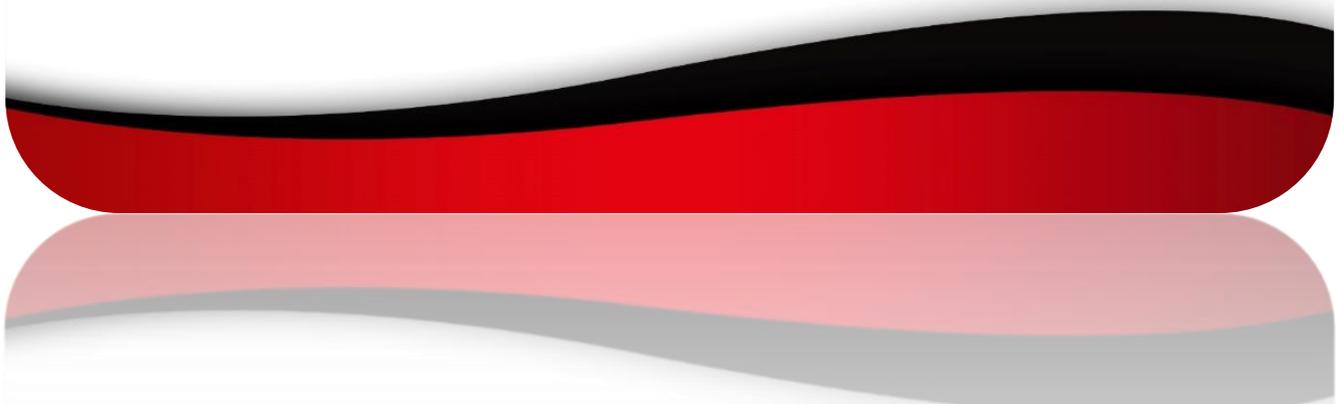
texto

Impresión

sangrilla



REFERENCIAS



12 Bibliografía:

2. Historia del diseño gráfico <http://Escribd.com/doc/98359>
3. creatividad aplicada <http://mega.comn2/#!/dYBg6art/>
4. libro no me hagas pensar Philip Meggs
5. que es el diseño gráfico, maringa.net/post/ciencia-educac
6. www.artedinamico.com/portal/sitio
7. www.es,m,wikipedia.org/wikiTipografia.
8. Club Radio.www.clubradio.com consultado en mayo 2,012
9. Población en Guatemala. [http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad de Guatemala](http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad_de_Guatemala)
Consultado en abril del 2012.
10. Número de habitantes de antigua Guatemala. [http://es.wikipedia.org/wiki/antigua Guatemala](http://es.wikipedia.org/wiki/antigua_Guatemala)
Consultado en mayo 2012.
11. Perfil demográfico. http://www.deguate.com/geografia/article_395.shtml Consultado en mayo 2012.
12. [http://es.wikipedia.org/wiki/Maquetaci%C3%B3n %28edici%C3%B3n%29](http://es.wikipedia.org/wiki/Maquetaci%C3%B3n_%28edici%C3%B3n%29)
Consultado en julio 2012.
www.innovaforum.com/concepte/tipuspen_e.htm
13. <http://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa>.
14. <http://es.wikipedia.org/wiki/Andragog%C3%ADa>.
15. <http://es.wikipedia.org/wiki/Semiolog%C3%ADa>.
16. <http://es.wikipedia.org/wiki/L%C3%B3gica>.
17. [http://es.wikipedia.org/wiki/Gram%C3%A1tica generativa](http://es.wikipedia.org/wiki/Gram%C3%A1tica_generativa).
18. <http://www.monografias.com/trabajos14/infoantropolog/infoantropolog.shtml>.



ANEXOS



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
(FACOM)
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO DE TESIS.

Nombre: Experto
Procción: Genero F M
Años de experiencia: Edad
Puesto que desempeña: Grupo Objetivo

DISEÑO DE UN MANUAL DE INDUCCIÓN PARA LOS NUEVOS LOCUTORES QUE INGRESAN POR PRIMERA VEZ A LABORAR A CLUB RADIO ANTIGUA GUATEMALA.

Objetivos

Antecedentes:

Empresa guatemalteca poseedora de la marca R.C.N.(Radio Corporación Nacional) dedicada desde hace 10 años a transceder a la vanguardia de la tecnología y la responsabilidad de los clientes, que es una base fundamental en el crecimiento de la empresa radial siendo los pioneros en el concepto de música para géneros juvenil y cada jueves se trasforma para cambar fomato y pasrlo a jueves de clásicos.

Actualmente se observo que club radio de rcn, carece de un manual de inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a laborar a Cub Radio Antigua Guatemala.

A Continuación se le presentan una serie de preguntas, según su criterio responda a cada una de ellas.

PARTE OBJETIVA:

1.-¿Considera usted que es necesario el diseñoun manual de inducción para los nuevos locutores que ingresan por primera vez a laborar a Club Radio?

SI NO

2.- ¿Considera que es necesario realizar una investigación de los conceptos relacionados de como introducir al personal dentro de la empresa radial para sustentar el contenido del manual de inducción?

SI NO

3.- ¿Considera usted importante la recopilación de la información relacionada dentro de la cabina radial para utilizarla dentro del manual de inducción para los locutores de recién ingreso a Club Radio?

SI NO

4.- ¿Considera que es necesario la Ilustración a través de la fotografía de los procedimientos que se llevan a cabo dentro de una cabina radial y dar la orientación de las funciones del software utilizados en la cabina radial para los nuevos locutores de Club Radio.

SI NO

5.- ¿Considera que es necesario la vectorización de la consola para detallar las partes importantes que utilizan los locutores y facilitar la orientación a los nuevos locutores de recién ingreso a Club radio de RCN?

SI NO

PARTE SEMIOLOGÍA.

6.- ¿Considera que las fotografías utilizadas dentro del Manual de Inducción para los locutores que ingresan por primera vez a Club Radio, representan y ejemplifican las explicaciones de cada elemento que se utiliza en la cabina de radio?

MUCHO POCO NADA

7.- ¿Cree que los iconos y símbolos utilizados dentro del manual inducción contextualizan y permiten un mayor entendimiento del manual?

MUCHO POCO NADA

PARTE OPERATIVA.

8.- ¿Considera que es importante la utilización de los colores instituciones dentro del manual de inducción?

SI NO

9.- ¿Considera que la tipografía aplicada al Manual de Inducción permite una fácil legibilidad?

SI NO

Observaciones:





NIT: 6349265-2
6ª Avenida 4-12 Zona 2, Sololá
alexander@expresagt.com
marcelo@expresagt.com
Teléfono: 4214-5766
www.expresagt.com

Cotización

Sololá 5 de noviembre del 2012

Sr.
Giovany Godoy
Presente.

Respetuosamente,

Por este medio nos permitimos presentarle a su consideración la siguiente cotización.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P/UNITARIO	SUBTOTAL
15	FOLLETOS FULL COLOR 16 X 5 'Pulgadas CON TIRO Y RETIRO 15 HOJAS	225	3,375

VALIDEZ DE LA OFERTA: 10 Días hábiles.
FORMA DE PAGO: 50% al recibir la orden de compra y 50% contraentrega.
Nota: Los precios anteriormente presentados no incluyen el valor del diseño.

Alexander Bocel Ramírez
Xpresa Publicidad y Diseño
alexander@expresagt.com
Tel. 4214-5766

Mantas Vinílicas - Adhesivos - Volantes - Afiches - Logotipos - Tarjetas de Presentación - Credenciales en PVC -
Tampografiado en CD's y DVD's - Hojas membretadas, Fotografía Profesional, Impresión Digital.

SOMOS MÁS QUE UNA SIMPLE EXPRESIÓN [nosotros lo pensamos primero]

Quetzaltenango, 3 de Noviembre de 2012.

Giovanni Godoy.
PRESENTE

Por este medio nos permitimos presentar la siguiente cotización,

15	MANUALES FULL COLOR TAMAÑO 16 X 5 pulgadas. IMPRESION TIRO Y RETIRO 15 HOJAS	Q.3, 500.00
----	--	-------------

Condiciones de Pago: 50% DE ANTICIPO
CANCELACION TOTAL AL TERMINO DEL
TRABAJO.

En espera de una respuesta favorable, atentamente.

Luis Diego Montenegro Santizo
5788-0536
29 avenida 1-89 zona 7, Edificio Arco Plaza, Segundo Nivel, Oficina 204 - Teléfono: 7736-8365

