

Llamadas de Radio

Las llamadas de radio pueden ser una herramienta poderosa para crear conciencia y generar debate público en torno a tu campaña para el cambio del sistema económico. Ofrecen una plataforma para interactuar directamente con las personas oyentes, compartir tu mensaje y fomentar la participación comunitaria.

Aquí tienes una guía sobre cómo usar las llamadas de radio eficazmente para difundir tu campaña.

Guía de uso de las llamadas de radio para difundir la Semana Reivindiquemos la Economía

1. Investiga e identifica los programas adecuados

Los programas de radio suelen clasificarse por formato: noticias, entrevistas, programas comunitarios o incluso segmentos especializados en política, economía o temas sociales. Para maximizar el impacto de tu campaña, busca programas que se alineen con tus objetivos o que se dirijan a audiencias que probablemente apoyen tu causa.

- **Programas de entrevistas y de opinión:**
Estos programas suelen realizar llamadas de personas invitadas e incluso pueden recibir a expertos o activistas para debatir temas en profundidad.
- **Radio comunitaria:**
Estas estaciones suelen centrarse en temas locales y pueden estar más abiertas a debatir campañas de base.
- **Segmentos de noticias:**
Las llamadas pueden utilizarse para aportar perspectivas sobre eventos actuales relacionados con los sistemas económicos o las desigualdades.
- **Programas políticos/progresistas:**
Los programas con personas presentadoras progresistas o de izquierda pueden ser especialmente relevantes.
- **Programas matutinos:**
Estos programas pueden llegar a una amplia audiencia y suelen incluir segmentos regulares de llamadas, donde los oyentes pueden expresar sus opiniones.

Consulta el sitio web de la emisora o escucha algunos programas para identificar los horarios y formatos adecuados para llamar.

2. Conoce el formato y las reglas del programa

Antes de llamar a un programa, familiarízate con su funcionamiento:

- **Horario:**
Algunos programas tienen un tiempo limitado para las llamadas. Asegúrate de prepararte para un período corto.
- **Procedimientos para las llamadas:**
Las estaciones de radio pueden requerir que llames con anticipación o pueden aceptar llamadas en vivo. Algunos programas tienen requisitos específicos o procesos de selección para las personas que llaman.
- **Tono del programa:**
Considera el tono del programa. ¿Es informal, con un enfoque político o más bien conversacional? Adapta tu enfoque al estilo del programa para aumentar las posibilidades de conectar eficazmente con quien lo conduce y con la audiencia.

3. Prepara tus mensajes clave

Las llamadas de radio son breves y el objetivo es tener un mensaje claro, conciso y convincente. Así es como debes estructurar tu mensaje:

- **Preséntate y presenta tu campaña:**
Mantén una introducción breve: indica tu nombre, tu afiliación (si corresponde) y una breve descripción de tu campaña.
Ejemplo:
“Hola, me llamo [Tu nombre] y organizo comunitariamente la campaña [Nombre de la campaña]. Estamos trabajando para cambiar nuestro sistema económico local, para que genere bienestar para las personas y el planeta”.
- **Plantea el problema:**
Explica el problema que abordan en términos sencillos. Usa ejemplos fáciles de entender, especialmente aquellos que afecten a la comunidad local.
Ejemplo:
“Nuestra ciudad se enfrenta a una creciente desigualdad y al estancamiento salarial, y es evidente que el sistema económico actual no funciona para todas las personas”.
- **Presenta una solución:**
Describe los objetivos de tu campaña y los cambios que promueves. Ten claridad y foco.
Ejemplo:
“Estamos impulsando políticas como la reducción de la semana laboral, salarios justos y presupuestos para el bienestar, para crear un futuro más equitativo para todas las personas”.

- **Interactúa con la audiencia:**

Haz una pregunta o invita a quienes oyen a reflexionar sobre sus propias experiencias.

Ejemplo:

“¿Qué opinas? ¿Podemos seguir apoyando un sistema que deja a tanta gente atrás o es hora de un cambio real?”

- **Llamada a la acción:**

Ofrece a tus oyentes algo concreto que hacer.

Ejemplo:

“Si deseas recuperar la economía y transformarla en una que funcione para todos, únete a nuestra manifestación el [fecha] o visita [sitio web] para saber cómo puedes participar”.

4. Prepárate para preguntas o resistencia

En los programas de llamadas en vivo, es muy probable que quienes oyen tengan preguntas u opongan resistencia a tu mensaje. Prepárate para esto y mantén la calma y el respeto.

- **Mantén la calma y la confianza:**

Practica responder con respeto, centrándote en los hechos y los objetivos de la campaña.

- **Anticípate a las críticas:**

Las críticas comunes pueden incluir inquietudes sobre la viabilidad de las propuestas, el costo o la resistencia al cambio. Prepara respuestas bien razonadas. Las preguntas frecuentes de WEAll pueden ser un buen punto de partida.

- **Utiliza datos e historias personales:**

Fundamenta tus argumentos con hechos, estadísticas o historias reales. Las historias personales pueden ser especialmente eficaces para fomentar la empatía.

5. Sé convocante y usa un lenguaje claro

La radio es un medio de audio, por lo que es importante hablar de forma atractiva y fácil de seguir.

- **Evita la jerga:**

Mantén un lenguaje accesible y evita términos técnicos que puedan confundir a quienes oyen.

- **Usa un atractivo emocional:**
Relaciona los objetivos de tu campaña con experiencias humanas, como el impacto en familias con bajos salarios o los beneficios ambientales de una nueva economía.
- **Suena natural y conversacional:**
Habla con el corazón. Cuanto más cercano y auténtico suenes, más conectarás con la audiencia.

6. El momento lo es todo

El mejor momento para llamar o hacer una entrevista depende del programa, pero generalmente:

- **Llama con anticipación:**
Los programas populares pueden tener largos tiempos de espera.
- **Prepárate para la respuesta de quien presenta:**
Presta atención al tiempo disponible y llega rápido a los puntos clave.

7. Participa en acciones posteriores a la llamada

Después de tu intervención, es importante mantener el impulso.

- **Agradece al programa y a quien lo presenta:**
Envía una nota o correo electrónico de agradecimiento y ofrécete para proporcionar más recursos.
- **Comparte la llamada con tus seguidores:**
Si fue grabada, compártela en redes sociales, tu sitio web y boletines por correo electrónico.
- **Aprovecha otros medios:**
Anima a otras personas a llamar a la emisora y compartir sus experiencias. Múltiples voces fortalecen la presencia de la campaña.

8. Repite el proceso

No llames solo una vez. Sigue interactuando con las estaciones y programas a medida que avanza la campaña. Las apariciones regulares en la radio local pueden ayudar a mantener tu campaña en el ojo público.