



MANUAL DE ORGANIZACIÓN E IDEARIO

1. ANTECEDENTES

En el año 2005, un grupo de amigos, deseosos de hacer radio se reunieron para hacer bromas telefónicas de encargo. Se constituyó un grupo denominado *Radiocrisis*, que podría considerarse el germen de EDM Radio.

Con el tiempo, se decidió crear un formato de programa al que se añadieron diversas secciones y temáticas. El grupo cambió el nombre del espacio a *Ondaradio986* y, en este sentido comenzaron a realizarse podcasts que se alojaban en una pequeña web, habilitada para este propósito.

Ya en el año 2007, el proyecto se consolidó con la intención de crear un medio de comunicación con una base más seria y estable que tomó el nombre de *Pequeñas hormiguitas radio*, con la particularidad de que se comenzaba a emitir en directo. El espacio duraba alrededor de dos horas y se emitía un día a la semana.

En 2008 se amplió la emisión a su formato de 24 horas con la conformación de una parrilla de programas que aparecían realizados por un equipo de colaboradores.

En 2012 se produjo el cambio definitivo de nomenclatura al actual, Energy Dance Music Radio (EDM Radio) y se disfrutó de unas instalaciones en las que se emitía también radio online 24 horas con la aparición de programas dentro de la parrilla.

En 2015 EDM RADIO sigue en su expansión y se fusiona con la radio “RCA Europa” bajo el Nombre de EDM RADIO, dicha fusión permite el comienzo de las emisiones en formato de Frecuencia Modulada (FM) en el dial 95.3 De Madrid.

A principios del 2016 debido a desaparición de la parte RCA Europa, EDM RADIO tubo que cesar su emisión en FM volviendo al online en la que se encuentra a día de hoy

2. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

2.1. Misión

EDM Radio encuentra su misión en el lanzamiento y promoción de artistas. La intención es promover un espacio de encuentro en donde se fomente la cultura y la diversión. El formato de emisión es radiofórmula con la aparición de locutores y espacios en franjas horarias determinadas así como también la aparición de noticias de todo tipo de ámbitos, especificadas en una redacción central. En apartados posteriores se explica el funcionamiento de la redacción y su interacción con oyentes y con el equipo técnico.

2.2. Visión

Como medio de comunicación, EDM Radio aspira a convertirse en referencia dentro del sector de la Generalista online, apostando por productos radiofónicos de calidad y por un equipo humano con tendencia a la profesionalización. Estas características deberían conformar que la promoción a los artistas que se realice desde nuestros micrófonos se realice con criterio, objetividad, independencia y calidad suficientes.

Del mismo modo, EDM radio establecerá cuantas alianzas considere estratégicas para su desarrollo y crecimiento sin desvirtuar su razón de ser, su misión o sus valores y siempre anteponiendo el interés del medio en sí a las ambiciones personales de sus responsables. De este modo se fomenta una buena práctica en el ejercicio de esta profesión.

2.3. Valores

Aunque soslayados en los epígrafes anteriores de este manual, EDM Radio se compromete por escrito a la aplicación de buenas prácticas en el ejercicio de sus emisiones, con una apuesta emprendedora hacia jóvenes artistas.

3. ASPECTOS CORPORATIVOS

3.1. Logotipo

En la confianza de fomentar una imagen confiable y segura, EDM Radio trabaja en la elaboración de un logotipo que resuma los criterios bajo los que se sustenta este medio de comunicación. El logotipo no podrá ser alterado bajo ningún concepto ni la proporción ni en colores, ni siquiera para la elaboración de materiales promocionales a no ser que cuente con la aprobación de la redacción central por escrito.

El logo de **EDM RADIO** tendrá la siguiente apariencia:



Los usos en los que aparecerá el logotipo inalterado (con sus colores originales) serán los siguientes:

- En las cabeceras del medio de comunicación.
- Cabecera del medio de comunicación. Reproductor de audio integrado en el sitio web y que permite la escucha del medio de comunicación (logotipo adaptado a tal fin “radiólogo”).
- Icono para las aplicaciones en dispositivos portátiles.
- Todo aquel espacio ajeno a la radio en donde figure el logotipo, bien como espacio pagado o cedido.
- En las cabeceras de las secciones corporativas.
- En los canales web en los que están almacenados los podcasts de programas de la radio.
- En los encabezados de las comunicaciones vía correo electrónico que se difundan desde la redacción central.
- En el icono de Twitter y Facebook cuando se trate sólo de la cuenta oficial de EDM RADIO. Los programas y espacios de opinión que se manifiesten a través de redes sociales podrán disponer de su propia imagen, siempre acorde con la coherencia visual y de estilo presentada en este manual.

Se podrán realizar variaciones de color en los términos establecidos en este manual. Pero nunca afectarán a la morfología del logo, no pudiendo haber cambio de tipografía.

A este respecto, las variaciones de color válidas para la imagen de la corporativa serán:



El logo A es el logo original, el que puede ir encima de cualquier superficie de color blanco, o cualquiera que quede completamente legible el logo con el contorno correspondiente.

El logo B es el logo que ha de ir sobre cualquier situación de fondo que deba resaltar algo más sobre el fondo que impida la correcta visualización del mismo logo, normalmente se utiliza en fondos oscuros, pudiendo solicitar el permiso a EDM RADIO

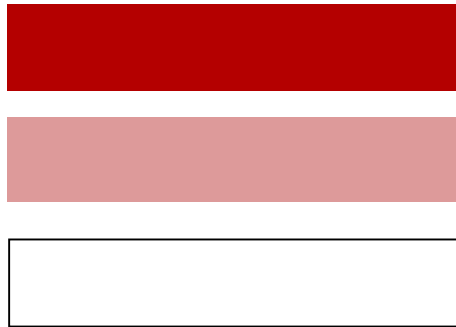
para una modificación del color del sombreado, SIEMPRE ha de ser aprobado por la redacción central.

Asimismo, en su utilización se respetará el área de seguridad a su alrededor y los elementos adicionales que se le añadan serán los estrictamente aprobados.

Cuando comparta espacio con otros logotipos, no existirá un espacio obligatorio de colocación, pero su ubicación no interferirá en los otros logos ni éstos en el de **EDM RADIO...**

3.3.2. Colores Corporativos-

Los colores corporativos en **EDM RADIO** son aquellos que aparecen en su logotipo. Es importante conocerlos y mantener su uso de cara a una utilización adecuada de la imagen de la radio. Gráficamente, quedan establecidos los siguientes:



En lo que se refiere a codificación de los mencionados colores, está sería la siguiente:

Rojo Fuerte:

En **RGB**: 153, 0, 0

En **CMYK**: 32, 100, 100, 4

En **HXL**: #990000

Rojo Suave:

En **RGB**: 204, 153, 153

En **CMYK**: 15, 50, 32, 0

En **HXL**: #CC9999

Blanco:

En **RGB**: 255, 255, 255

En **CMYK**: 0, 0, 0, 0

En **HML**: #FFFFFF

El color principal de utilización será el “Rojo Fuerte” como color predeterminante del diseño, ya que este es el color corporativo.

Si se necesita cualquier material de imagen corporativa puede solicitarlo en el correo contacto@edmradio.es y se lo mandaremos sin problemas.

3.4. Usos de la imagen corporativa y procedimientos

La información contenida en este epígrafe debe ser utilizada por todos los niveles de **EDM RADIO** que utilicen el correo electrónico dentro del desempeño de su labor profesional en la radio. Todos los aspectos se han recogido por apartados e incluye, dentro de la faceta de Manual de operaciones de este manual, también una pequeña guía para su redacción y presentación.

3.4.1. Correo Electrónico

El correo electrónico es la principal de las vías de comunicación de **EDM RADIO** hacia sus contactos. Se escribirán de manera individualizada y especificando de manera clara y concisa el objeto del mismo, Jamás se dirigirán a 'quien corresponda', sino que será labor del profesional el investigar a quién tiene que dirigirse y hacerlo.

Se utilizará como cabecera la ilustración ya configurada:



Esta cabecera será obligada solo en los departamentos como Producción, Programación o Redacción Central. En el resto no será de obligado uso.

A continuación, justificado a la izquierda se incluirá la fecha (incluyendo la ciudad desde la que se escribe) y, acto seguido, comenzará a escribirse el mensaje.

Para terminar, se incluirá la firma, que también tienen un carácter estandarizado.



La firma es necesaria incluirla en todos los mails de la emisora. Dicha firma se ha de solicitar al departamento de Comunicación de EDM RADIO, donde ellos también te dirán como configurarla en los correos.

El uso de los correos corporativos será de uso para cada usuario, pero cualquier acción indebida localizada en cualquiera de las auditorias que realice la emisora será motivo de cese en EDM RADIO.

Las firmas se han de solicitar a la redacción central a través del correo del mismo departamento. Cualquier correo que bajo una auditoria se compruebe que no sigue esta iniciativa, podrá ser una cuenta suspendida.

Las cuentas de correo podrán ser administradas desde “correo.edmradio.es”, desde el móvil o incluso desde aplicaciones como Outlook.

En estos casos el equipo de soporte indicara a los interesados cual es el proceso y que datos han de introducir para su configuración en cualquiera de las aplicaciones de correo.

Los programas de EDM RADIO, así como personal del mismo dispondrá de su cuenta corporativa con la que se deberá realizar las gestiones del medio hacia el exterior.

Los correos corporativos por parte de EDM RADIO deberán ser escritos con la tipografía "Arial Bold" o en caso de no estar esa con la fuente "Wide" en el color azulado oscuro que podréis encontrar en las paletas de color.

Ejemplo: Esta sería la tipográfica y el color correcto.

3.4.2. Cuentas de Twitter

Es completamente necesario que cada programa posea su propia identidad. Como parte del proceso de imagen propia, cada programa dispondrá de una cuenta de Twitter que servirá de punto de contacto de los oyentes con la redacción. Las cuentas de Twitter serán administradas por los propios responsables de los programas pero puede solicitarse por parte de la redacción la contraseña de los mismos, con el propósito de realización de alguna auditoría o similar.

Las cuentas de Twitter de cada programa han de seguir a la cuenta oficial de la emisora y ha de respetar una serie de patrones:

- La cuenta ha de llevar siempre algo que indique que es un programa de EDM RADIO, ya sea en el logo, cabecera, descripción e incluso el Nick.
- Siempre ha de usar los logos oficiales no adaptaciones del mismo.
- Se ha de mantener siempre la imagen del medio intacta.
- No se realizaran discusiones sociales con ningún usuario de la plataforma.
- En la BIO se ha de indicar el nombre de la emisora así como el Twitter de la misma.

3.4.2.1. Cuentas de Facebook o Fanpage

Todos los programas de EDM RADIO pueden disponer de una Fanpage del programa que ha de seguir una serie de patrones estipulados por la Redacción Central:

- El nombre ha de hacer referencia al programa y o Emisora.
- El logo que muestre la Fanpage ha de ser cuadrado y no estar distorsionado o mal redimensionado.
- En la información de la página se ha de hacer referencia a la emisora, como a su web.

- La Fanpage ha de estar asociada a la página oficial de la emisora.
- Una vez creada ha de ponerse como administrador de la misma a personal de Dirección, Redacción central y/o Programación de la emisora.

3.4.3. Operativa de concursos

EDM RADIO puede organizar concursos entre sus oyentes/visitantes de espacios digitales. La transparencia será un requisito fundamental en este proceso. Así, cada programa tendrá libertad para organizar los concursos que quiera bajo una serie de requisitos:

- La redacción central deberá ser informada con, al menos quince días de antelación, de la intención de formalizar un concurso en el programa, adjuntando por escrito, a través de correo electrónico, las bases que lo regirán.
- En todos aquellos supuestos que sea necesaria la adscripción de una red social para la participación, será requisito imprescindible que una de las adscripciones sea a alguna de las cuentas de las redes sociales de **EDM RADIO**.
- Los ganadores se harán públicos a través de los programas y de las redes sociales, comunicándose con el ganador a través de correo electrónico siempre con los elementos de imagen corporativa de **EDM RADIO** o si se requiere vía telefónica.
- La redacción central se reserva el derecho de anular un concurso organizado por un programa si se constatan trampas o amaños en su organización o en la adjudicación de los premios.
- Los programas serán los responsables de que el/los premios asignados al concursante le/s sea/n entregado/s en el menor tiempo posible.
- EDM RADIO comunicará públicamente las bases de los concursos de los programas a través de los canales de expresión establecidos a este efecto.
- La organización de un concurso por parte de un programa de **EDM RADIO** implica la aceptación total de las normas que regulan internamente este proceso.
- En caso tal que los concursos se hagan a instancias de terceros y se pueda participar a través de los canales de **EDM RADIO**, ésta podrá facilitar datos de los concursantes en los límites establecidos por la Ley y sólo o requerimiento de los organizadores.

3.5. Tipografía en la web

La tipografía en la red deberá obedecer a los actuales cánones de accesibilidad fijados por W3C, lo que incluye textos no justificados (siempre se alinearán a la izquierda), tipografía que delimite claramente titulares, cuerpo de texto o hipervínculos, especial cuidado en la aplicación de colores y elementos animados, uso de textos alternativos, etc. La redacción central, en el uso de sus funciones y competencias, vigilará el cumplimiento de estos parámetros, pudiendo designarse, si así se considera, la creación de un área de grafismo que aportará los elementos gráficos y estilísticos que, de acuerdo con el ideario de imagen corporativa, se ajusten a los cánones del medio.

Este apartado es susceptible de ser ampliado en función de las necesidades de la redacción central con el fin de fomentar su imagen y consolidarla.

3.6. Microsites de los programas de EDM RADIO

Todos los programas de EDM RADIO han de tener un pequeño site dentro de la web de EDM donde poder colocar toda información como sea necesaria acerca del mismo.

Si los directores de programa creen conveniente que por razones de producción es más oportuno realizar un blog externo a la web de la emisora, siempre ha de seguir los siguientes parámetros:

- El blog debe tener una URL corporativa.
- Siempre se ha de promocionar la URL de la emisora no la externa.
- El Site tiene que estar bien identificado con los logos de EDM RADIO.

Cualquier site externo que no mantenga estas pautas será motivo de sanción sobre las emisiones hasta que se reconfigure dicho orden corporativo.

3.7. Podcast (Ivoox e Itunes)

Todos los programas tienen como obligación la grabación de los mismos con el fin de poder ser incorporados a las listas de distribución oficiales de la emisora así como el canal de Ivoox de EDM RADIO.

Algunos de los programas, podrán ser enviados a Itunes Store y donde podrán ser incorporados a la lista de distribución de Itunes.

Solo se enviaran los programas/podcast que reúnan estas condiciones

- Calidad en la grabación
- Duración del programa correcta
- Influencia social
-

Todos los programas que reúnan estas cualidades serán enviados SIEMPRE por la emisora, cualquier programa que se envíe sin el permiso expreso de la emisora será denunciado a la plataforma para su eliminación, con lo que conlleva que no pueda volver a ser autorizado por la plataforma Itunes.

4. REDACCIÓN CENTRAL

La redacción central es el órgano directivo de EDM Radio. Se debe constituir por un redactor-jefe que coordinará las labores de emisión y de administración del sitio web. Dicho redactor podrá designar, si se estima oportuno o necesario, jefes de área para disciplinas específicas: programas, web, grafismo, soporte informático, etc.

En el uso de sus competencias, la redacción central vigilará el cumplimiento de las normas y parámetros que rigen el funcionamiento interno de EDM Radio y actuará como

respaldo de sus colaboradores. Del mismo modo, se establece como competencia de la Redacción Central la garantía de la accesibilidad del sitio web y el dar las facilidades y las herramientas necesarias para la emisión y generación de contenidos

Realizará las ampliaciones o enmiendas a este manual que considere necesarias para el cumplimiento y el desempeño de la actividad radiofónica con profesionalidad y ética y en todo momento tomará las decisiones que considere más beneficiosas para el medio.

Será su competencia aprobar o rechazar la emisión de programas, contenidos y proyectos y tener pleno conocimiento de la temática de los mismos antes de su emisión. Podrá convocar reuniones y en todo momento ha de mantener abiertos canales de comunicación el resto de áreas operativas así como programas.

5. PARRILLA DE PROGRAMACIÓN

5.1. Programación

EDM Radio emite 24 horas pero queda establecida por la Redacción central y el equipo de programación una parrilla de programas, descrita en los términos que se detallan:

Todos estos programas pueden sufrir modificaciones de descripciones, horas... en esos casos se realizara una modificación de este documento.

5.1. Temporada de emisión

La temporada de emisión de EDM Radio se establece desde Finales de Agosto hasta finales de Julio.

Siempre será anunciado en todas las redes sociales de la emisora con antelación.

6. RELACIONES CON MEDIOS

Como medio de comunicación, EDM Radio puede aparecer y colaborar con otros medios, bien como fuente directa o reflejando uno de los contenidos que se hayan publicado a través del canal. Consideramos ético y necesario que siempre que un medio se haga eco de contenido creado y publicado en exclusiva por nosotros nos cite como fuente.

En caso de que algún medio quiera ponerse en contacto con la Redacción Central, se ha habilitado una dirección de contacto redaccion@edmradio.es o comunicacion@edmradio.es . La respuesta debe darse en las 24 horas posteriores al inicio del contacto.

Se fomentará en todo momento la cordialidad y la buena praxis profesional para con los medios de comunicación.

6.1. EDM Radio y su pertenencia a Grupos De Comunicación

EDM Radio se encuentra integrada dentro del grupo Promedios (Promoción de medios digitales). La integración en dicho grupo fomentará la colaboración entre todos los medios adheridos a este grupo (FORMATV, Viva Radio...) y como tal, su página web mostrará los elementos distintivos de pertenencia.

EDM Radio también se encuentra dentro del Grupo Radiofónico Digital Líder en España (Revolution Group) donde forma parte del elenco de radio digitales Nº1 en nuestro país

Del mismo modo, El logo de EDM Radio aparecerá en las otras webs así como en la página corporativa de Promedios y Revolution Group y todo aquel medio en el que se una la emisora EDM RADIO.

7. COMPORTAMIENTO ESTRATÉGICO

EDM Radio no es una ONG ni una entidad con ánimo de lucro, sus estatutos, reunidos en este manual de organización la establecen única y exclusivamente como un medio de comunicación social cuyo fin queda especificado en el apartado 2. No gestionaregalías.

7.1. Comunicación

Se establece una estrategia de comunicación basada en dos aspectos fundamentales:

A nivel **interno**, la Redacción Central se encargara mediante las herramientas que estime más eficaces de mantener un flujo de comunicación entre ella y los distintos colaboradores. Entenderemos comunicación interna a la que se realiza dentro del medio.

A nivel **externo**, la emisora podrá interactuar con sus oyentes a través de canales de información y/o expresión debidamente delimitados: redes sociales o correo electrónico. En todo momento estará presente el compromiso de respuesta de 24 horas como compromiso con el oyente y se permitirá a éste manifestar cualquier tipo de opinión, comentario o crítica

Desde los diferentes programas se potenciará el hecho de los oyentes interactúen con los espacios.

7.2. Derechos de contenidos

EDM Radio no es propietaria de los derechos de los temas que emite y su labor es la de promocionar la música que sale en antena y a sus intérpretes. Del mismo modo, también ha de ser considerada como generador de información y se declara manifiestamente en contra de cuantas técnicas promuevan la piratería o cualquier otro delito contra la propiedad intelectual.

Los programas que se emiten en EDM RADIO pasan a formar parte de la librería de derechos de la emisora, a no ser que los directores de programa requieran sus derechos, en cuyo caso la emisora procederá los trámites de cesión/venta de los derechos del espacio.

Como compromiso con la ética, EDM Radio se compromete por escrito al respeto a minorías de cualquier tipo. Como base de su política de promoción, no admitirá publicidad de relacionada con la pornografía, los juegos de azar o contenidos estimados como de dudosa legalidad.

8. COBERTURA DE EVENTOS

En el desempeño de la profesión periodística puede suceder que reporteros y/o colaboradores de EDM Radio acudan a ruedas de prensa o eventos de cualquier tipo. La cobertura informativa de un hecho debe ser notificada a la Redacción Central y será ésta quien directamente confirme al organizador la asistencia de personal con vistas a la

Como medio de comunicación digital a través de internet, EDM Radio exigen se den facilidades para el desempeño de su labor como medio de comunicación en los términos descritos en el artículo 20 de la Constitución Española y sea tratado en igualdad de condiciones al resto de medios.

El personal que asista a dichas ruedas de prensa, eventos o jornadas, respetará el protocolo de este tipo de actos y facilitará el material que haya podido obtener a fin de publicarlo ante los demás usuarios

Del mismo modo, podrá facilitar cuanta información sea necesaria a quienes se interesen por las actividades del medio. A la hora de realizar preguntas, procurara citar el medio del que procede.

9. ESPACIOS PUBLICITARIOS

La publicidad en EDM Radio es la única vía de financiación para su sostenimiento y el de su logística. La ubicación de los considerados espacios publicitarios estará sujeta a los acuerdos entre el anunciante y un área de publicidad dependiente de la Redacción Central o, en su defecto, de la redacción en sí misma... El modo de anuncio será un banner o una cuña dependiendo del medio en el cual se quiera anunciar.

La publicidad puede acompañar a los recursos de EDM Radio de las siguientes formas:

- Un banner Estándar: que en ningún momento ha de entorpecer la lectura de la web, ni tendrá un archivo descargable. Si el banner necesita redirección podrá ser en una ventana nueva.
- El patrocinio de secciones: podrá ser sección de la web o de un espacio radiofónico. En el sitio web dedicado a política publicitaria, accesible desde www.edmradio.es , en donde se podrán consultar tarifas y modalidades de sponsorización.
- Un Banner en la aplicación de móvil: que en ningún momento entorpecerá la visibilidad y funcionamiento de la misma.
- Cuñas, spots... en la emisión de la emisora. (Consultar con departamento de publicidad)

Quedan excluidos de ser publicados todos aquellos sitios web que promocionen pornografía, juegos de azar o actividades de dudosa legalidad.

Para gestionar todo tipo de temas destinados con la publicidad se realizara desde el departamento de publicidad de EDM RADIO que se encuentra a disposición del interesado en publicidad@edmradio.es

Este documento es propiedad de EDM Radio

Manual De Estilo de EDM RADIO fechado a 30 de Mayo del 2012
Actualizado por última vez 07 de Noviembre del 2018