

## **Iª Parte:**

### **Plan de Acción Cultural**

**para**

### **Radio Universidad de Chile**

#### **INTRODUCCIÓN**

La Radio Universidad de Chile conforma, junto a la Usach, el selecto grupo de emisoras universitarias que transmiten en la ciudad de Santiago. Además, esta emisora tiene el privilegio, al no tener fines de lucro, de estructurar una programación con un definido perfil cultural.

En el caso de los medios de comunicación un problema concreto surge de la carencia de programas culturales y, principalmente, de la poca claridad de contenidos que en ellos se entrega.

La poca programación cultural que se escucha en las radios obedece, a juicio de diversas organizaciones no gubernamentales y actores sociales y políticos, a una subestimación de la capacidad de reflexión y análisis de los auditores. Esto se puede confirmar con el sólo ejercicio de encender la radio y hacer un recorrido por el dial. Luego de esta experiencia se podrá percibir que, en muchas emisoras, hay

poca claridad en los contenidos que se le quiere entregar al auditor, tema que en estos días mantiene preocupada a la Asociación de Radiodifusores de Chile.

El presente trabajo no pretende realizar un análisis del contenido Programático de las radios en la Región Metropolitana, sino que, de manera sencilla y breve, mostrar la importancia de la Radio de la Universidad de Chile, como medio de comunicación de nuestra querida universidad, y como un excelente instrumento para elevar el nivel de programación cultural, de debate, de análisis, y de reflexión entre los auditores y ciudadanos del Gran Santiago.

## **ANALISIS INTERNO DE LA RADIO DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE**

### **(a) FORTALEZAS**

- La Radio Universidad de Chile es una institución con más de 18 años de funcionamiento en el 102.5 del dial F.M. Cubre el Gran Santiago, y cuenta con experiencia en el desarrollo de programas culturales educativos.
- Existe relación previa, a nivel institucional, con diversos organismos privados y públicos, académicos, comunitarios, y con sus auditores.
- Se cuenta con personal capacitado en temáticas culturales y de

medioambiente y una red de soporte técnica profesional adecuada.

- La institución cuenta con equipamiento necesario para la realización de proyectos educativos radiales.
- La corporación cuenta con la infraestructura necesaria para la realización de los programas con la mejor calidad técnica.

**(b) DEBILIDADES**

- Los recursos financieros con los que cuenta la Institución no son suficientes para la realización de programas culturales que se pretende entregar a los auditores.

**ANALISIS EXTERNO DE LA RADIO UIVERSIDAD DE CHILE**

**(a) OPORTUNIDADES**

El hecho de ser una radio universitaria, que está en el dial de frecuencia modulada, potencia un espacio de información muy amplio. Sabemos del grado de credibilidad que le asignan las personas a la radio, incluso superior a la televisión, lo que nos ubica en un sitial de privilegio como

medio de comunicación.

- Las auditores y la sociedad chilena, están conscientes del desarraigo cultural, y aunque no se sienten identificados plenamente con “nuestra cultura”, muestran gran apego y deseos de que ésta crezca y se desarrolle.
- Los auditores muestran interés en participar en programas que los acercan a las raíces, no sólo del país, sino que de la humanidad.
- Existe un cierto número de organizaciones estatales y privadas, con trayectoria reconocida, que estarían dispuestas a participar en la realización de programas culturales.

**(b) AMENAZAS**

- Las tecnologías de la información y la globalización de los mercados, generan una competitividad que, llevada al extremo, desorienta a la estructura social e impide un desarrollo armónico de la misma, con respecto a su propia identidad.
- Según diversas organizaciones no gubernamentales, ligadas a los temas sociales, existen grupos que se automarginan del quehacer nacional, como las minorías étnicas y, los jóvenes de sectores poblacionales; produciéndose conflictos y problemas de estabilidad social.
- La Región Metropolitana concentra más de 5 millones de habitantes; y,

este hecho impacta de un modo singular y negativo a la participación, a través de las estructuras institucionales de la sociedad.

- De conversaciones y entrevistas con jóvenes de variadas actividades, se desprende que la percepción que tienen de la cultura como objeto instrumental y en algún modo como algo desechable, impide elaborar “sentidos de pertenencia” con el medio.

## **2. FORMULACION ESTRATEGICA**

### MISION/OBJETIVOS

Radio Universidad de Chile es una institución, sin fines de lucro perteneciente a la Universidad de Chile, cuya misión es la búsqueda de la verdad, a través de la generación y difusión de conocimiento, para posibilitar un desarrollo nacional cierto y armónico en lo económico, social y cultural.

A partir de ello, la misión de la emisora es educar, informar y entretener a través de su programación, acogiéndose a los principios de Formación, Investigación y Extensión que rigen a la Corporación.

Esto se refleja en su programación que da cuenta de la diversidad y el pluralismo que conforman el conocimiento.

La Universidad ve en la radio, un aporte significativo en el mejoramiento de la

calidad de vida de las personas.

### **3. DESARROLLO DE ESTRATEGIA CULTURAL o PLAN DE ACCIÓN CULTURAL PARA RADIO UNIVERSIDAD DE CHILE.**

#### **3.1 PROGRAMAS GENERALES O AREAS DE TRABAJO:**

Los objetivos que Radio Universidad de Chile persigue, se lograrán a través del desarrollo de dos programas generales o áreas de trabajo :

**1.- Difusión      y      2.- Formación**

#### **3.2 RECURSOS DISPONIBLES**

##### **a) Financieros**

La emisora recibe, a través de la Corporación, un subsidio estatal que le permite constituir un fondo para el pago de profesionales, gasto de equipos, administración y otros.

Son 5 millones de pesos, los que recibe la radio desde el presupuesto central de la Universidad para cubrir el funcionamiento integral de la emisora.

También se cuenta con un sistema especial de canje, en el que algunas empresas prestan servicios, a cambio de publicidad.

#### b) Profesionales

La emisora tiene un Departamento de Prensa con doce profesionales que se distribuyen en diferentes espacios: culturales, noticiosos, de investigación científica, etc.

Asimismo, posee el apoyo y orientación de profesionales y académicos de las diversas facultades. Muchos de ellos realizan programas de extensión de la disciplina que dominan.

#### c) Técnicos

La Radio cuenta con personal capacitado los aspectos administrativos, además de infraestructura para la elaboración de programas.

En ello se incluye un equipo de siete radiocontroladores, que se distribuyen en tres turnos diarios; una secretaria encargada de las labores administrativas y un estafeta.

Además, se cuenta con tres estudios de grabación, que permiten desarrollar en forma armónica las transmisiones en vivo y en directo, y otras que son grabadas para su posterior puesta en el aire.

#### d) Recursos necesarios

La realización del programa específico y el pago de honorarios deberán surgir del financiamiento que se obtenga para la realización de actividades.

### 3.3 ASIGNACIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

#### 1. Directora de Comunicaciones

**a)** Es la encargada de proyectar las líneas de acción comunicacional presentes y futuras de la Universidad de Chile detectando, a través de estudios y otras fuentes de información, la factibilidad de implementación de nuevas líneas o programas, de acuerdo a las características del universo de acción definido por la Institución, a las demandas de base, a las orientaciones de instituciones similares y a las fuentes de financiamiento.

**b)** Es responsable de supervisar y evaluar los lineamientos y acciones comunicacionales que se implementen en cada una de las áreas dependientes de esta dirección:

- Difusión
- Formación

**c)** Debe procurar que se proyecte una imagen institucional definida y coherente con sus principios.

**d)** Debe asesorar metodológicamente a las distintas áreas dentro de la emisora con el fin de que cumplan con las orientaciones que deben tener los principales



programas de trabajo, de manera que se facilite el control de resultados, la evaluación del uso de los recursos y la consecución de futuros financiamientos que garanticen la permanencia de la actividad en el tiempo.

- e) Se hace cargo de evaluar el desempeño del personal administrativo y los productores periodísticos del Departamento de su Dirección.
- f) Debe preparar informes de avances y gestión de los proyectos al Rector de la Universidad de Chile.

## 2. Productor Periodístico

Sus tareas son:

- a) Asegurar la correcta ejecución e implementación de programas a su cargo.
- b) Desarrollar, implementar y evaluar Planes de Acción respectivos.
- c) Detectar, en función a estudios, las necesidades de cada sector involucrado en el plan.
- d) Elaborar y proponer anualmente un Plan Global de Acciones.
- e) Implementar las normas de funcionamiento técnico – administrativos, en cada programa, para la realización del proyecto.
- f) Mantener una relación directa con Directora de Comunicaciones.
- g) Elaborar programas generales de trabajo.
- h) Preparar informes de avance y gestión de los proyectos, a la Directora de Comunicaciones.

- i) Mantener registros actualizados de información pertinente para la Institución.

### 3.4 METODOS DE TRABAJO:

#### a) Métodos de obtención de recursos:

- 1) Para la concreción de los programas se realizarán gestiones con instituciones publicas y privadas interesadas en el tema y que se puedan acoger a la Ley de Donaciones Culturales o a la ley de Donaciones a Universidades.
- 2) También se realizarán actividades proyectadas a conseguir recursos a través de fondos concursables de instituciones públicas.
- 3) Además se establecerán convenios de donaciones, y canjes publicitarios con empresarios y particulares, y otros que surjan en el desarrollo del programa.

#### b) Estrategia de Comunicaciones para el Plan de Acción Cultural de Radio Universidad de Chile:

- **Dónde estamos.**

En directa relación con el análisis interno y externo realizado, quedan en evidencia dos aspectos que es necesario resolver:

- 1) el primero en relación a la falta de contacto de las personas con un

referente comunicacional (en este caso la Radio) que entregue información cultural, pero que también eduque. Nos encontramos con que, otros medios radiales, se preocupan principalmente de entregar noticias.

2) También hay que considerar que la radio tiene la imagen de estar orientada a un grupo selecto, hecho que en la actualidad está variando, por su nueva programación.

- **Dónde queremos estar.**

- Que los auditores estén informados de los planes y programas culturales que desarrolla la emisora en conjunto con diversas instituciones.
- Que cambie la imagen, de una radio de elite, a una amplia y pluralista, ampliando el número de auditores y dejando claro que no se hacen diferencias ideológicas, políticas, religiosas u otras.

- **Cómo podremos lograrlo.**

- ***Estrategia creativa:*** Buscar un slogan e imagen que integre los siguientes conceptos: libertad, diversidad, participación, igualdad, desarrollo personal y creatividad.

- ***Estrategia de Medios:*** A través de conferencias de prensa y diferentes medios e instrumentos periodísticos, se dará conocer el perfil eminentemente cultural de nuestra emisora.
- ***Producción de campaña:*** A través de la radio y otros medios de comunicación personal con los auditores, se hará publicidad de los programas, y se dará a conocer la estrategia creada.

- **En qué medida lo logramos.**

Una vez realizado el Plan de Acción Cultural y –dentro de él- el ciclo de programas, se evaluarán los resultados de la Estrategia de Comunicaciones, con instrumentos adecuados. Entre ellos cabe señalar:

- ***Encuestas por Internet.***
- ***Conversaciones por Internet (chat).***
- ***Concursos a través de la emisora***
- ***Registro de Impacto en la prensa (recortes, grabaciones de audio y video).***

### 3.5 RESULTADOS ESPERADOS DE PLAN DE ACCIÓN CULTURAL.

#### Cuantitativo

- Realización de 25 programas culturales, con una duración que varía de acuerdo a las necesidades entre 15 minutos y 60 minutos cada uno.

#### Cualitativo

- Aumento de la participación de auditores de habitantes de Santiago, en los temas culturales.
- Incremento del sentido de responsabilidad cívica y de participación en la vida cultural y social de los auditores y, en general, de la sociedad chilena.

#### **4. MÉTODOS DE EVALUACION Y CONTROL DE PLAN DE ACCIÓN CULTURAL Y DE PROYECTO ESPECÍFICO “PROGRAMA RADIAL: ZONA DE CAMPING”.**

- La metodología que se empleará para registrar, sistematizar y evaluar el desarrollo de los programas radiales tendrá dos modalidades:

##### **1º. Seguimiento del Proceso:**

- a) Reuniones periódicas, con las fuentes de información.
- b) Reuniones de equipo ejecutor.

- c) Desarrollo de pautas de evaluación cada siete programas radiales
- d) Evaluación cuantitativa. Datos recogidos de registro formal.
- e) Registro de sonido de cada programa que haya sido puesto al aire.
- f) Bitácora con el detalle de las actividades realizadas dentro del programa, a cargo del periodista.
- g) Informes periódicos de iniciativas que surjan a partir de los programas radiales realizados.
- h) Rendición de cuentas de recursos recibidos y de su administración en el desarrollo de los programas.
- i) Informe Final de Análisis e Información sobre los programas realizados y sus logros.

**2º. Evaluación de impacto:**

- a) Seguimiento y registro de auditores e instituciones participantes, a través de concursos con premios.
- b) Seguimiento y registro de organizaciones o grupos que escuchan los programas por medio de una comunicación postal, o por correo electrónico.
- c) Evaluación cualitativa sobre la base de los objetivos específicos planteados.

- d) Evaluación sobre la base de las relaciones desarrolladas entre el Plan de Acción Cultural, el programa y los auditores de la Radio.

## 2ª Parte:

### FORMULACION DE PROYECTO CULTURAL

#### 1. **NOMBRE DEL PROYECTO**

Programa Radial (Piloto)



"Zona de Camping"



#### 2. **FORMULACION DEL PROBLEMA**

El incremento del turismo-aventura en nuestro país en los últimos años, implica gran cantidad de personas recorriendo diversas reservas naturales. Lamentablemente, en muchas ocasiones, las personas acuden a estos lugares sin los conocimientos básicos para la vida al aire libre, lo que repercute en daños, algunas veces irreparables, en la naturaleza.

Al no existir un sentido de pertenencia y de respeto con lo que se visita, no existe preocupación por mantener la belleza, la ecología y la limpieza del lugar.

#### 3. **JUSTIFICACION DEL PROYECTO**

Los habitantes de la capital son potencialmente, los que más anhelan recorrer bellos parajes que se alejen del paisaje ruidoso y contaminado del centro de la ciudad. Por ello, se hace necesario entregar las herramientas técnicas necesarias que permitan aprovechar, al máximo, la experiencia de recorrer y/o acampar en un



entorno natural.

**4. DEFINICION DEL AREA DESDE DONDE SE ABORDARA EL PROBLEMA**

Comunicación Radial

**5. DEFINICION DEL OBJETIVO GENERAL**

Por medio de la promoción del Ecoturismo, crear conciencia en los auditores de la necesidad de preservar las reservas naturales.

**6. FORMULACION DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS O INMEDIATOS**

- I. Exponer los principales problemas y desafíos que enfrenta, en Chile, el medio ambiente, sus necesidades de protección y desarrollo, y las potencialidades de establecer nuevas formas de relación de las personas con la naturaleza, a través del ecoturismo, el turismo aventura, el turismo cultural, entre otros.
- II. Estimular y orientar a las personas a recorrer Chile, conociendo y valorando su flora y fauna (sentido de pertenencia).
- III. Reposicionar en las personas la importancia de respetar y cuidar nuestro medio ambiente.
- IV. Destacar las ventajas de desarrollar actividades al aire libre y, en particular, en lugares con las características de “parques nacionales”; “reservas nacionales”; y “monumentos naturales”.

## **7. PRODUCTOS O RESULTADOS ESPERADOS**

- 1) Aproximadamente cinco mil auditores informados.
- 2) 175 presentaciones radiales sobre parques y reservas naturales existentes en Chile, realizadas diariamente.

Esto da un total de:

- 35 relatos de anécdotas de personas relacionadas con el lugar.
  - 35 flora del lugar.
  - 35 cápsulas con fauna
  - 35 melodías de cada una de las zonas
  - 35 cápsulas con eventos históricos importantes
  - 35 cápsulas con descripción geológica del lugar
  - 35 cápsulas con descripción arqueológica.
- 3) Tres encuentros con profesionales del área, y un foro con los auditores a través de Internet.

## **8. DESCRIPCION Y CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

- (a) Cada programa tendrá una duración aproximada de 15 minutos.
- (b) Cada programa incluirá cápsulas que presentarán los temas que se conversarán en el estudio. El detalle es el siguiente:

## **Cápsula Uno**

- Ubicación y Características generales del Parque
  - Lugar geográfico que incluya región y comuna, con las coordenadas geográficas.
  - Temporada y Clima.
  - Afluencia de público.
  - Distancia en kilómetros a la ciudad - capital más cercana.
  - Cómo se llega al Parque (acceso principal y secundarios).
  - Aspectos que hacen destacados al Parque.

## **Cápsula Dos**

- Flora y Fauna.
  - Especies en peligro de extinción y factores que influyen en ello.
  - Recomendaciones para los visitantes.
  - Circuitos de las aves migratorias.
- Sonidos del Parque.
  - La idea es hacer un relato que acompañe una selección de sonidos de naturaleza.
  - Es importante dejar suficiente espacio para los sonidos.

### **Cápsula Tres**

- Descripción Arqueológica y Eventos Históricos importantes.
  - Culturas prehispánicas que habitaron la zona y detalles de sus modos de vida y creencias.
  - Sucesos destacados ocurridos en la zona o región.
  
- Leyendas de la Zona.
  - Historias míticas de algún lugar relacionado con el parque.
  - Guardaparques que cuente una historia del parque.
  - Fiestas tradicionales de la zona.

### **Cápsula Cuatro**

- Descripción Geológica de la zona.
  - Detalles de la composición del suelo del lugar.
  - Vetas Minerales más importantes.
  - Características hidrológicas del lugar. ( Termas, Géisers, zonas de pesca.)
  - Cumbres y volcanes más importantes, y posibilidades de acceso a dichos lugares, señalando el grado de dificultad técnica para escalarlos.

- Circuitos de caminata y lugares más atractivos.
  - Características del terreno.

### **Cápsula Cinco**

- Reserva Nacional y Monumento Natural.
  - Las reservas y monumentos serán asignadas a cada programa de acuerdo a la cercanía que tengan con el Parque Nacional.
  - Motivos por lo que se transformaron en área protegidas (historia).

(c) El programa abordará cada semana un Parque Nacional y, en el desarrollo de esa semana, se comentará cada día una cápsula con información del parque.

(d) Además se contará con invitados expertos en excursionismo, ecoturismo y educación en la aventura.

(e) El primer programa tendrá características de “piloto”. Este contará con una reseña del primer parque nacional en el mundo y el primer parque en nuestro país. También contendrá una entrevista al Encargado Nacional de Ecoturismo de Conaf, patrocinador del programa.

(f) Los programas se realizarán de la siguiente forma:

Programas	Octubre 1999				Noviembre 1999				Diciembre 1999				Enero 2000				Febrero 2000				Marzo 2000				Abril 2000				Mayo 2000							
	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana											
Parque	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Lauca I	X																																			
Volcán Isluga I		X																																		
Llullaillaco II			X																																	
Pan de Azúcar II-III				X																																
Llanos de Challe III					X																															
Nevados Tres Cruces III						X																														
Bosque Fray Jorge IV							X																													
La Campana V								X																												
Las Palmas de Cocalán VI									X																											
Rapa Nui V										X																										
Archipiélago de Juan Fernández V											X																									
Laguna del Laja VIII												X																								
Huerquehue IX													X																							
Villarrica IX														X																						
Nahuelbuta IX															X																					
Tolhuaca IX																X																				
Conguillio IX																	X																			
Puyehue X																		X																		
Vicente Pérez Rosales X																			X																	
Alerce Andino X																					X															
Chiloé X																						X														
Hornopirén X																							X													
Isla Guampín XI																								X												
Río Simpson XI																									X											
Laguna San Rafael XI																										X										
Queulat XI																											X									
Isla Magdalena XI																												X								
Bernardo O'Higgins XI-XII																													X							
Torres del Paine XII																														X						
Pali Aike XII																															X					
Alberto de Angostini XII																																X				
Cabo de Hornos XII																																	X			

## 9. **BENEFICIARIOS**

Directos	5000 auditores
Indirectos	Escolares de Educación Básica y Media contactados a través de Antonio Pacheco, Secretario Regional Ministerial (R.M.) del Ministerio de Educación.

## 10. **PRESUPUESTO**

Costo total: \$ 21.320.000. -

	<u>Mensual</u>	<u>Total 8 meses</u>
Recursos disponibles:	\$ 1.000.000. -	\$ 8.000.000.-
- Profesionales	\$ 500.000. -	
- Materiales	\$ 500.000. -	
	<u>Mensual</u>	<u>Total 8 meses</u>
Recursos solicitados:	\$ 1.540.000. -	\$
12.320.000.-		
- Honorarios*:	\$ 900.000. -	
- Operación**:	\$ 640.000. -	
- Inversión***:		<u>\$ 1.000.000. -</u>
	<b>Total</b>	<b>\$13.320.000.-</b>

- \* 3 profesionales en producción.
- \*\* Viajes a los parques
- \*\*\* Equipo de grabación de sonidos ambiente.

## **11. METODO DE SEGUIMIENTO Y EVALUACION POSTERIOR**

### - Evaluación del proceso

- Registro de audición por correo electrónico, cartas y fax.

### - Evaluación del Impacto.

- Impacto en la comunidad.
  - A través de la respuesta y la interacción con los auditores.
  - A través de crónicas y notas periodísticas publicadas en la prensa.

## **12. TRAYECTORIA DE LA INSTITUCION QUE PRESENTA EL PROYECTO**

Radio Universidad de Chile es una institución sin fines de lucro perteneciente a la Universidad de Chile, con más de 18 años de funcionamiento en el 102.5 del dial



F.M. y con una experiencia institucional en el desarrollo de programas culturales educativos.

A partir de la década del 90', la emisora comenzó a desarrollar, en forma sistemática, una programación orientada y caracterizada por la heterogeneidad y diversidad cultural de la sociedad chilena. Así, en esta radio se puede escuchar música, poesía, actualidad artística y científica, noticias, entre otras informaciones. Esta diversidad programática le significó el reconocimiento, en 1998, de la Asociación de Periodistas de Espectáculos (APES), quienes le otorgaron el "Premio al Mejor Aporte Programático".

En abril de 1999, acorde con la exigencias del medio, la radio reestructuró su programación con el claro propósito de ampliar su público, objetivo que, luego de medio año de transcurrido, está cumpliendo con creces.

Santiago, octubre de 1999.

## **Bibliografía:**

- **Brunner, José Joaquín:**  
“Políticas culturales: del Estado a la sociedad”, artículo en libro “Cómo mejorar la gestión pública”. Eugenio Lahera Editor. Cieplan, Flacso, Foro 90. Editado en noviembre de 1993. Págs 268-293.  
“La cultura como producción de la sociedad”. Conferencia en U. De Concepción. Agosto de 1997. Págs. 1-16.
- **Foxley, Ana María:** “Una cultura en transición: gestión pública y cambios culturales en Chile”. Revista República de las letras. N° 48. Ministerio de Educación y Cultura de España, 1996.
- **Documento N° 6, Departamento de Cultura SECC-MSGG:** “Políticas culturales: mapa legislativo, institucional y financiero”. Santiago de Chile, 1996.
- **Subercaseaux, Bernardo:** “Chile: ¿un país moderno?” Grupo Editorial Zeta, S.A. Chile, 1996. Capítulo: “El campo de las políticas culturales” págs. 137-155.
- **Mascarell, Ferran:** “La cooperación entre el sector público y el privado”. Barcelona. S/f. (Resumen en Revista CULTURA n° 22. Departamento de Cultura- SECC, págs. 18-21).