



*FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014*

**CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD
(FIC) AYSÉN 2014
ENTIDADES RECEPTORAS**

**“TV SOCIAL-COMUNITARIA MODELO
COOPERATIVO”**



1. ANTECEDENTES GENERALES DE LA INICIATIVA

1.1 Nombre de la Iniciativa “TV SOCIAL-COMUNITARIA MODELO COOPERATIVO”

No más de 60 caracteres

1.2 Período de ejecución

Duración (meses): 18 Meses

Fecha inicio proyectada: Diciembre de 2014

1.3 Ubicación y Cobertura territorial:

Indique localidades, comunas y/o provincias para:

- Ubicación del proyecto Región de Aysén, Comuna de Coihaique.
- Ubicación de beneficiarios Juntas de vecinos, organizaciones culturales, sindicatos, emprendedores de productos locales. Todos los beneficiarios identificados actualmente se ubican en la comuna de Coihaique

1.4 Beneficiarios

Directos: La estimación de nuestros beneficiarios directos serán las organizaciones sociales, que se quieran sumar a esta iniciativa que dentro de sus postulados o campos de acción incentiven el arraigo, desarrollo de la identidad cultural y la estimulación del comercio de productos locales.

Indirectos: El alcance de los beneficiarios indirectos es directamente proporcional a la capacidad de difusión de esta nueva señal, la cual estará disponible las 24 horas, debemos diferenciar sí en este punto que hay dos tipos de beneficiarios indirectos, la población territorial de Coihaique que por los contenidos de interés traerán un directo beneficio a toda la comuna y todos los internautas que su única frontera es una conexión a la red.

Número de beneficiarios diferenciados por género.

1.5 Monto Iniciativa

Solicitado Total a FIC	:	\$149.109.313
Solicitado a FIC 2014	:	\$ 37.277.328
Aporte Propio	:	\$ 25.068.000
Aporte Asociados	:	\$ 1.240.000
Monto Total	:	\$ 157.997.921



1.6 Resumen ejecutivo:

Actualmente, el mundo de las comunicaciones presenta un cambio vertiginoso en avances tecnológicos que facilitan la interacción de las comunidades con el mundo de la información en forma inmediata y fluida. Naturalmente, estos procesos no diferencian en la calidad o veracidad de dichas fuentes, saturadas, generalmente, de intereses económicos orientados al consumo de otras realidades, diferentes a las necesidades y desarrollo de instancias de interés local. Utilizar estos recursos en pro del desarrollo de iniciativas dirigidas hacia una producción audiovisual comunitaria representa un proyecto social, cultural, educativo e informativo, donde la comunidad es la principal protagonista. Nace de la necesidad de construir una forma de comunicación en la cual nuevas voces, como las organizaciones sociales, Juntas de vecinos, barriales, estudiantiles, pueblos originarios, escuelas, cooperativas, encuentren su lugar y se transformen en protagonistas.

Atendiendo a esta realidad es necesario crear medios alternativos y entregar las herramientas básicas utilizando los recursos tecnológicos disponibles, tales como la tv por Internet, para la formación y capacitación directa a las comunidades que aporten en conjunto al rescate de esta identidad, como espacio público e independiente de otros intereses que debilitan el desarrollo normal de una comunidad sana y proactiva. Se trata de generar nuevas maneras de contar y de representar nuestras realidades, que construimos cotidianamente. Así como promueve la integración y la participación de la comunidad en la toma de decisiones, la producción audiovisual comunitaria contribuye a la construcción de las identidades culturales, locales, regionales y comunitarias. También busca el impulso y la divulgación de la iniciativa popular, con historias contadas por y desde la misma comunidad. No sólo se trata de difundir y producir nuevos contenidos audiovisuales que expresen las distintas identidades, sino de buscar nuevas estéticas y formas de contar que representen las vivencias y particularidades de cada comunidad, también como una plataforma económica de desarrollo de mercados comunitarios, ya sea aisladamente o en forma cooperativa.

La región de Aysén por su desfase en el proceso de crecimiento nacional, un desfase de 100 años, nos hace estar en el piso del margen económico, absolutamente dependiente de los recursos naturales y su explotación, ¿cómo cambiamos esto?, trabajando en conjunto, recomponiendo las tramas sociales (capital social), valorizando las organizaciones y sus intereses, entregándoles las herramientas para el uso y aplicación de las telecomunicaciones y democratizando su acceso, creando su propio medio de comunicación, utilizando la tecnología para la educación y el afianzamiento de su cultura, como memoria audiovisual con la inclusión de las minorías étnicas hasta convertirla en una plataforma habilitadora de desarrollo regional.

Su objetivo es lograr que el canal sea parte de la comunidad, así como sus contenidos y producciones creando una organización capaz de cohesionar a las juntas de vecinos pertenecientes a la comuna de Coihaique, esta organización tendrá un perfil cultural de continuidad con el trabajo iniciado por el canal hacia un camino de auto-sustentabilidad en el tiempo, con las herramientas e infraestructura obtenida por él proyecto.

TV comunitaria nos brindará noticias, documentales, notas, tutorías, plataformas de difusión de economía informal organizada; es decir un sinnúmero de programas, que nos actualizará en contenidos locales y externos, desde y para las organizaciones que permitan avanzar hacia una producción colectiva local, que también incluye las temáticas de interés nacional y del mundo, pero con una óptica, lenguaje y mirada populares.



2.4 Presencia Regional del postulante

Refiérase a instalaciones físicas, administrativas, contables y recursos humanos presentes en la región y que el postulante pondrá a disposición para el desarrollo de la iniciativa.

UNIVERSIDAD DE MAGALLANES

La Universidad de Magallanes, integrante del Honorable Consejo de Rectores de Universidades Chilenas, es una Corporación de derecho público, autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propio, creada como tal, según se indica en D.F.L. N° 35 del 3 de octubre de 1981. Esta institución registra su origen en el año 1961, fecha en que se autoriza la creación de las especialidades de Mecánica y Electricidad, en el grado de técnico, para impartirlas en la ciudad de Punta Arenas, acuerdo formalizado a través de Decreto N°6548 del 15 de junio de 1961. La creación de la sede de la Universidad Técnica del Estado en Punta Arenas, se oficializa el 26 de octubre de 1964, mediante Decreto N° 17237 que legitima la creación de la "Escuela Universitaria de Punta Arenas". Su origen e historia asociada al desarrollo de la Región de Magallanes, la legitiman como una institución estatal, con cincuenta años de tradición en la zona.

Actualmente, su Campus Central se ubica en Avda. Bulnes 01855, arteria principal de acceso a la ciudad de Punta Arenas y sus Centros Universitarios en las comunas de Puerto Natales, Porvenir, Puerto Williams y Coyhaique, logrando así presencia estratégica en la región de Magallanes y Antártica Chilena y en la Región de Aysén. Además, cuenta con una oficina administrativa en la ciudad de Santiago.

EL Campus Central, en Magallanes, se encuentra en el lado oriente de la Avenida Bulnes, ocupando un terreno de 264.000 m², que se utilizan para cuatro Facultades, una Escuela Tecnológica, la Dirección de Programas Antárticos, el Centro de Estudios Energéticos, la Biblioteca Central, la Dirección de Asuntos Estudiantiles, la Unidad de Movilidad Estudiantil, el Rectorado, la Vicerrectoría Académica, la Vicerrectoría de Administración y Finanzas, la Secretaría de la Universidad, la Asesoría Jurídica la Contraloría de la Universidad, otras Direcciones técnicas y Unidades de apoyo a Rectoría y a ambas Vicerrectorías, más espacios destinados a diversos servicios académicos y estudiantiles.

En el lado occidente de la Avda. Bulnes, se ubica el Instituto de la Patagonia, con un terreno de 130.625 m². En él, se encuentra la Escuela de Arquitectura, los laboratorios de investigación en Macroalgas, Hidrobiología, Zoología, Botánica, Entomología, Geociencias (Micropaleontología, Meteorología), Antropología, Arqueología; y Productos Naturales.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

También se cuenta con una Biblioteca y Mapoteca, Museo del Recuerdo, un Centro Hortícola y dos Casas de Huéspedes.

En el área central de esta misma comuna, la Universidad cuenta con un edificio, espacio destinado al Conservatorio de Música y otro en el sector sur, destinado a gestión de diversos proyectos y asistencias técnicas que desarrolla la institución.

La ubicación de la Universidad de Magallanes en la Región de Magallanes y Antártica Chilena le otorga particularidades, brindándole un sello distintivo que se refleja en las actividades de docencia, vinculación con el medio regional e investigación básica y aplicada. Respecto a esta última área, sólo a modo de ejemplo, se destacan los estudios que se desarrollan en el Parque Etnobotánico Omora, (Reserva de la Biósfera Cabo de Hornos) y en el Instituto de la Patagonia en Punta Arenas; ambos, con reconocimiento a nivel nacional e internacional. Asimismo, profesores e investigadores de las diversas Facultades, conjuntamente con los estudiantes, aportan interesantes estudios y trabajos relacionados con la Región, que además les permiten a dichos alumnos desarrollar sus proyectos finales, para terminar la formación en el marco de sus carreras.

La institución posee un alto compromiso con la Región extensivo ahora a la Región de Aysén, lo que demuestra permanentemente mediante la realización de acciones orientadas a contribuir con su desarrollo y favoreciendo la inclusión de estudiantes provenientes de grupos económica y socialmente vulnerables, para formarlos como técnicos o profesionales competentes que se incorporan al quehacer de las organizaciones públicas y privadas.

En la actualidad, la Universidad de Magallanes cuenta con una matrícula de pre y postgrado de 4.028 alumnos, distribuidos en 23 carreras profesionales (8 de ellas acreditadas); 14 carreras técnicas, 6 planes especiales y 7 programas de Magister.

La dotación de académicos a diciembre del año 2013 es de 193 profesionales (en planta y a contrata), de los cuales 73 cuentan con título profesional, 64 de ellos en el grado de Magister y 56 con grado de doctor.

Desde su inicio, la Universidad de Magallanes ha formado 6.868 profesionales y técnicos en las distintas áreas, muchos de los cuales desarrollan sus actividades en la Región de Magallanes, ocupando cargos de prestigio a nivel público y privado.

SEDE COIHAIQUE

El Centro Universitario de la Patagonia, dependiente de la Universidad de Magallanes, es una innovadora oferta de formación universitaria destinada a satisfacer las necesidades de educación superior que hace décadas demanda la región de Aysén. Basada en exitosos modelos internacionales de continuidad de estudios, permitirá a sus estudiantes adquirir un conocimiento amplio, continuo y articulado desde la enseñanza preescolar hasta la enseñanza universitaria, todo en un entorno estimulante y flexible.

Como institución estatal, con una sólida tradición en el sistema universitario chileno, la Universidad de Magallanes ha entendido la necesidad de generar un proceso de formación superior en la región de Aysén, proyectándose nacional e internacionalmente como un organismo generador de conocimiento en la Patagonia Chilena, facilitando el acceso de los jóvenes a la educación superior profesional y técnica, y sobre todo generando un proceso de formación con identidad, que potencie el desarrollo y progreso



de la región de Aysén y de la zona patagónica.

Es así que surge el “PROYECTO DE EDUCACION CONTINUA Y ARTICULADA DESDE EL NIVEL PREESCOLAR HASTA EL TERCIARIO: UN NUEVO HORIZONTE PARA LA REGIÓN DE AYSÉN, TRAZADO ENTRE LA MUNICIPALIDAD DE COYHAIQUE Y LA UNIVERSIDAD DE MAGALLANES”, cuyo origen se asocia a la fuerza lograda por el “Movimiento Social de la Región de Aysén”, las aspiraciones de desarrollo y asociación estratégica de la Municipalidad de Coihaique con una Universidad Estatal, como también el deseo histórico de la Universidad de Magallanes de tener presencia e integrarse a la comunidad regional de Aysén, aportando a su desarrollo desde un proyecto macro que incorpora este ámbito educativo.

La Sede de la Región de Aysén hoy día se emplaza en el Liceo Josefina Aguirre de la ciudad de Coihaique ocupando una superficie de 450 metros cuadrados como área administrativa y 490 metros cuadrados para laboratorios entre los que se encuentran bioquímica, histoembriología, enfermería y pasantías clínicas. Además se cuenta con un salón auditorium y de video conferencia para 80 personas.

En el centro universitario se imparte 1 carrera de pregrado, 1 plan especial y 6 carreras técnicas de carácter vespertino con un total de 200 alumnos. La dotación académica es de 7 profesionales de los cuales 4 cuentan con títulos profesionales y 3 de ellos con grado de doctor, destinados a la sede, más profesores visitantes de la Casa Central de Punta Arenas.

UMAG TV

En diciembre de 2004, y debido a la necesidad de difundir las actividades de Extensión, nació la radio “Universidad de Magallanes”, señal 88.9 FM, a cargo del analista de sistemas Pedro Moreno. Una programación de corte educativo cultural que se mantiene hasta hoy, y que desde el área auditiva, inspiró el nacimiento de la oferta audiovisual. Porque UMAG TV, el canal 34 de TV Cable, partió un año después, emitiendo la misma música de la radio, con la carátula del disco en pantalla y, el segundo semestre de 2006, sumó las grabaciones de actividades artísticas, charlas de académicos, presentaciones de bandas musicales, realizadas por el destacado camarógrafo magallánico Jorge Grez. En 2007, estableció convenios con Canal 13, Novasur y la productora latinoamericana Albatros Media, para transmitir documentales, reportajes y programas educativos, y entre 2008 y 2009, hizo alianza con el Consejo de la Cultura para el registro de actividades artísticas, como las presentaciones de Joaquín Bello, del ballet nacional BAFONA, o de Ángel Parra Trío y Valentín Trujillo.

Este último trabajo fue seleccionado en el Festival de Cine Documental Musical IN EDIT FILM FESTIVAL, una elección que se hizo en España, para la versión en Chile 2010. Todo este aporte a la difusión y promoción del patrimonio cultural fue, además, reconocido con el PREMIO A LA CONSERVACIÓN DE PATRIMONIOS NACIONALES, en mayo de 2009. Mismo año en que el canal integró a las periodistas Loliett Valdés y Claudia Becerra, y al camarógrafo Arturo Saldivia, con quienes comenzó la producción de programas periodísticos locales. Un equipo que, en marzo de 2011, fue reforzado con la contratación de la periodista Paula Viano como editora periodística, y el camarógrafo Fernando López.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

Hoy, estamos convencidos de contar con un equipo profesional de primera calidad, tecnología de última generación en formato digital HD, posibilidades de salir en señal abierta cuando la ley abra las puertas a los canales que ya estén preparados, y una serie de nuevos desafíos audiovisuales en ciernes. La invitación es a aportar a este trabajo, que también integra al mundo estudiantil, académico y científico de la Universidad de Magallanes, y que se proyecta en el tiempo como la oferta educativa, artística y cultural de la pantalla chica en la Patagonia Chilena.

OBJETIVO DE UMAGTV

Ser un medio de comunicación universitario, con programación que permita interactuar con la comunidad y difundir el saber que genera la Universidad de Magallanes, en pos del desarrollo equitativo y sustentable de la macro región Patagónica Chilena. Un aporte desde la entretención y la información, acorde con la misión institucional de formar capital humano avanzado, crear conocimiento, fortalecer el patrimonio local y vincularse, culturalmente, con su entorno.

Para su funcionamiento, el canal universitario cuenta en general con:

- un equipo de 14 personas formado por 9 profesionales, directamente, involucrados en la realización audiovisual, 2 de apoyo técnico para la página web y el auditorio, y 3 conductores de programas musicales, cuyos honorarios mensuales alcanzan los 6 millones de pesos.
- equipamiento tecnológico de tipo digital avaluado en 85 millones de pesos.
- un contrato de transmisión ininterrumpida por cable en Puerto Williams, Puerto Natales, Punta Arenas y Coihaique gracias al cual emite 644 horas mensuales sin ningún costo.
- una página web que transmite en vivo la señal del cable y los eventos del auditorio Ernesto Livacic.
- una oficina para edición digital, administración y programación.
- una sala de clases habilitada como set de televisión y oficina.



FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014

2.5 Identificación de asociados	
Nombre asociado 1	ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE COYHAIQUE
Giro	PUBLICO
Rut	69.240.300-2
Dirección	FRANCISCO BILBAO 357
Teléfonos	
Contacto	FRANCISCO TRIVIÑO
E-mail	franciscotrivino@coyhaique.cl

Nombre asociado 2	
Giro	
Rut	
Dirección	
Teléfonos	
Contacto	
E-mail	



3. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA

3.1 Pertinencia y aporte de la iniciativa

Sin duda el desarrollo explosivo de Plataformas tecnológicas en el área de las comunicaciones que ha habido durante los últimos años en el mundo no es en sí lo importante, sino que este desarrollo está al alcance de el ciudadano común, con un acceso inmediato a todo tipo de información, estos medios tecnológicos diversificaron enormemente esta accesibilidad produciéndose fenómenos tales como el de “convergencia como un cambio de paradigma que ha modificado las relaciones entre los usuario y los productores y proveedores de contenidos” en esta nueva era de la “sociedad de la información”.

Esta emergente realidad sobre las formas de consumo y de la experiencias de los usuarios dando énfasis en el fenómeno de la interactividad, conlleva a una fragmentación de los contenidos y a la segmentación de las audiencias, “estos nuevos modelos están en pleno proceso de desarrollo y seguirán usando las pruebas de ensayo error, pues el éxito se mide en función de la respuesta de los usuarios, nivel de compromiso con el contenido y, en términos más generales, por su capacidad de adaptabilidad ante los nuevos escenarios”.

He ahí la importancia de centrar todo diseño en el usuario, donde la arquitectura de la experiencia aparece como el factor clave. El elemento central es la creación de un universo narrativo que, a su vez, puede extenderse hacia otros múltiples universos, los multiuniversos, lo que permitirá tener alcance, escalabilidad y profundidad (por un desarrollo hacia un canal responsable de los intereses de la comunidad a partir de una diversidad social-cultural).

El desarrollo de la creatividad a través de diversas técnicas como los medios digitales de comunicación demarcan los espacios de interacción humana en las plataformas tecnológicas y los grados de compromiso del usuario con los contenidos, el financiar y producir contenidos transmedia a partir de la definición del público define el espacio de acción para fuentes de financiamientos posibles en esta área.

Es importante situarnos en el contexto actual donde se desarrollan estas múltiples plataformas para ello Henry Jenkins 1 ofrece una definición que resulta útil como aproximación a dicho fenómeno:

“Por convergencia, entiendo el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas, la cooperación entre varios medios y el comportamiento migratorio de las audiencias que van casi a cualquier lugar en búsqueda de las experiencias de entretenimiento que quieren” op.cit.

La cultura convergente es un nuevo territorio donde cohabitan los viejos medios analógicos con los nuevos medios digitales, como una galaxia de plataformas, medios y dispositivos, programas y aplicaciones que se expanden a diario, a una velocidad nunca antes imaginada.

Uno de los efectos más relevantes de las nuevas tecnologías ha sido el abatimiento de las altas barreras de entrada al universo de la radio y la televisión, con la llegada de nuevos actores desde las telecomunicaciones ha provocado un aumento de la competencia y multiplicado la oferta de todo tipo de contenidos: educativos de servicios, información y entretención entre otros, con la irrupción de las nuevas tecnologías asociadas a la internet y la TV Digital que han contribuido a modificar los modelos de negocios tradicionales, transformando radicalmente el sector audiovisual y su relación con los otros sectores, como la informática y las telecomunicaciones.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

La televisión por Internet es una nueva forma de ver y entender la televisión en la que pasamos del modelo tradicional broadcast (radiodifusión), al modelo broadband, basado en la banda ancha, en el que la oferta de televisión ya no se ve limitada por las concesiones administrativas o las costosas infraestructuras, sino que viene determinada únicamente por el acceso a Internet, las nuevas tecnologías de transmisión de datos y los gestores de contenidos audiovisuales al servicio del usuario.

Las nuevas tecnologías plantean una ruptura del modelo clásico de difusión, estas han devuelto a los individuos a la forma más primaria de comunicación humana: aquella que tiene lugar entre dos personas, donde cada una puede hablar, interrumpir, cambiar el tema o cerrar el ciclo, para volver a abrirlo más adelante bajo el concepto de Interactividad que se expresa en la existencia de múltiples sistemas de retroalimentación dinámicos, inmediatos y globales, teniendo un efecto sobre la multiplicidad del volumen y la diversidad de los contenidos.

Otra característica esencial es la fragmentación de la narración, frente al modelo lineal o secuencial de las narrativas tradicionales, las nuevas tecnologías ofrecen la posibilidad de una narrativa que se construye mediante órdenes de programación, que enlazan o vinculan los contenidos ofrecidos con otros contenidos; a su vez estos contenidos referenciados pueden remitir a otros contenidos, en una especie de cadena virtual sin fin. (Orihuela, José Luis), gracias a esta interactividad, la posibilidad de personalización de los contenidos, la hipertextualidad o capacidad para enlazar contenidos y la democratización de los mismos, entendida como el acceso cada vez mayor a las nuevas tecnologías y nuevos medios de usuarios con orígenes, intereses y valores diversos. En este sentido la convergencia cultural e industrial es un pasaje a la tierra prometida de las nuevas audiencias.

Como resultado de las amplias posibilidades de aplicación de las tecnologías emergentes, una demanda creciente de las mismas por parte de los usuarios y finalmente una disminución creciente del costo unitario de producción permite surgir una gran cantidad de herramientas de participación que permiten a los usuarios involucrarse directa o indirectamente en la elaboración de contenidos. Estas nuevas audiencias conocidas como usuarios o, mejor aún como prousuarios, ha cambiado su estatus de figurante a actor protagonista. Las nuevas audiencias (prousuarios) se sitúan en el centro de la cadena de producción. Son un elemento determinante. Se trata de un público activo que se informa, opina, escucha recomendaciones, recomienda, influye y genera contenido, Además, busca la pertenencia a una comunidad que lo identifique.

Por la importancia de dichos argumentos, las comunidades implicadas en el desarrollo e implementación de un medio comunicacional al servicio de organizaciones que estén involucradas en programas que aporten con la identificación y crecimiento de los intereses comunales es de vital importancia, por eso entender los fenómenos implicados en estas nuevas plataformas como herramientas al servicio de una comunidad creciente y blindada, ante intereses que no aportan a una sociedad de iguales, sino a una sociedad de entes pasivos que derivan en la pérdida de la identidad cultural de la población de Coihaique, capturar la esencia de estos intereses, de los cuales en última instancia se espera que combinen con los objetivos y el carácter del canal, en su manejo, puesta en marcha y mantención a través del tiempo.

Esta propuesta es innovadora en la valorización de dichas entidades sociales, reorganizándolas mediante un modelo cooperativo, canalizando sus intereses con la construcción en base al conocimiento de estas experiencias consolidando un canal al servicio de la comunidad, fortaleciendo sus redes sociales, económicas y culturales.

Un proyecto de producción audiovisual comunitaria representa una acción política y de fortalecimiento comunitario. Necesita del compromiso y organización de sus integrantes, de la discusión de los temas a difundir, de la forma en que vamos a representarnos, de los objetivos que perseguimos, generando espacios de participación, organización e integración comunitaria;



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

produciendo colectivamente un relato propio; desarrollando la imaginación y creatividad de los intereses de la comunidad; rescatando talentos y valores locales ausentes en los medios audiovisuales comerciales; construyendo una herramienta de comunicación destinada a fortalecer la diversidad; estimulando el interés y la participación a partir del relato de historias y problemáticas cotidianas; fomentando la multiplicidad de voces y la diversidad de géneros y formatos en los contenidos audiovisuales; disputando el sentido a los medios hegemónicos; Promoviendo contenidos que preserven el conocimiento y patrimonio cultural comunitario; siendo escuelas de formación permanente.

Todas las organizaciones culturales y Juntas de vecinos tienen un acervo cultural que muchas veces no es conocido o no se hace visible. El lenguaje audiovisual es una herramienta óptima para valorar, cuidar y difundir este patrimonio, por ello la creación de este canal local es el primer acercamiento hacia una integración regional.

Hablamos de región, pues es la primera etapa de una generación y articulación de redes organizacionales que incluyan todas las localidades alejadas del centro político regional, desde esta base se sustenta el crecimiento de este proyecto, como una estrategia de desarrollo comunitario de intercambio de experiencias, falencias y soluciones al problema de aislamiento e invisibilidad de estas poblaciones, partiendo desde la experiencia desarrollada en la comuna de Coihaique, a través de esta primera etapa de consolidación de un canal comunitario.

3.2 Objetivo general

Crear un medio de difusión que contribuya a la divulgación de contenidos locales desde y para las Juntas de Vecinos y Organizaciones Culturales de la región de Aysén Comuna de Coihaique, independiente y cooperativo, el cual potenciará la recomposición de los tejidos sociales hacia un desarrollo económico y sociocultural.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

3.3 objetivos específicos

Objetivo 1:

Convocar a las organizaciones involucradas para identificar las prioridades de cada una de ellas, canalizando sus intereses en el desarrollo de esta iniciativa.

Objetivo 2:

Implementar el canal de Tv con la infraestructura técnica y humana necesaria para su funcionamiento en la región de Aysén comuna de Coihaique.

Objetivo 3:

Capacitar a las organizaciones en las áreas de técnicas audiovisuales y manejo de nuevas tecnologías, para crear una red de comunicadores comunitarios.

Objetivo 4:

Articular una red regional de comunicación, recomponiendo el tramado social de las organizaciones más alejadas.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

3.4 Mérito innovador (máximo 1 página)

Este nuevo medio de comunicación deberá registrar, reflejar y difundir los procesos de las tramas sociales en forma cooperativa, convocando a las acciones directas, generando ámbitos de encuentro, vínculo, debate y transformarse en un organizador político.

Queremos establecer una diferencia respecto a otras iniciativas audiovisuales, creando espacios participativos populares a través de la valoración de sus intereses, reorganizando a este capital social, fortaleciendo la identidad desde sus bases, construyendo una herramienta de comunicación destinada al desarrollo de una nueva agenda de temas que interesen y se correspondan con los deseos de la comunidad.

Una productora audiovisual comunitaria bajo el concepto de Organización Cultural, puede brindar estas herramientas para la estimulación de dichas organizaciones participativamente, para eso, es importante capacitarse, estar atentos, mirarnos críticamente y tender puentes hacia otros espacios de formación desde un recorrido que tenga como origen la experiencia territorial, no se pueden perder nunca de vista las identidades de las personas que integran la comunidad. La identidad se propone como una búsqueda consciente y fundamental de parte del grupo productor. Permite sintetizar, desde una propuesta artística, estética y de contenidos, quienes somos, que queremos y hacia dónde vamos.

El gran reto de una televisión comunitaria es desarrollar una propuesta estético televisiva y cultural que se convierta en uno de los sustentos principales de su legitimidad en el seno de la comunidad, que satisfaga los deseos y expectativas de una audiencia crítica y comprometida con su medio de comunicación.

Una producción audiovisual comunitaria no debe olvidar la posibilidad de tener una audiencia por fuera de la comunidad: debe ser un espacio de identificación, pero también de vinculación y comunicación "hacia afuera".

La televisión comunitaria es un medio específico y, en esa medida, único, porque ofrece a cada audiencia una programación hecha a medida, de este modo refleja la diversidad de intereses. La diversidad es una de las mayores fortalezas que tienen las comunidades y las sociedades. Desde los medios masivos y comerciales se intenta homogeneizar los discursos, los lenguajes y las estéticas. La producción audiovisual pretende fortalecer la identidad comunitaria desde una representación audiovisual propia y genuina, que toma en cuenta lo local y regional.

Con un programa comunitario se abordan consejos prácticos haciéndose eco del punto de vista de la comunidad, que ofrece una información bien intencionada a favor de la comunidad con productos locales en los mercados urbanos, convirtiéndose en un espacio de negociación transparente y eficaz, como una ventana de toda iniciativa económica propia de la región.



3.5 Diagnóstico de la situación actual

Diagnóstico Global:

Numerosas son las iniciativas a nivel mundial que utilizan el formato de TV digital, sin embargo, tomar esta plataforma como un medio independiente de otras plataformas es equívoco, pues existe una ventaja significativa respecto a los medios analógicos.

El mercado audiovisual y de la industria de la entretenición están siendo reconfigurados por las fuerzas combinadas de la convergencia tecnológica, la aparición de nuevas formas de narrativa audiovisual y los nuevos patrones de consumo.

En efecto, el desarrollo de nuevas ventanas de exhibición ha hecho saltar por los aires la cadena de valor original. En la llamada economía digital de los medios, la cadena de valor multisoprote o multiplataforma es el nuevo paradigma para la explotación de contenido. Dicho paradigma alude a nuevas formas de creación, producción, financiamiento y consumo de productos audiovisuales y sus productos conexos; cada medio puede converger con los demás.

Este nuevo escenario de grandes plataformas que ofrecen contenidos y servicios en Internet como Amazon, Apple y Netflix buscan posicionarse como catalizadores del contenido digital, con su propia oferta de contenidos de películas, música, libros, videos, etc. Las oportunidades de negocio se multiplican y todos quieren una porción del pastel digital.

Redes sociales de escala planetaria como Facebook y Secondlife buscan capturar nuevos usuarios ampliando su base de miembros o fans y apuestan por una oferta de servicios y contenido basado en videos, juegos, música y productos de Merchandising.

En este entorno de nuevos medios y contenidos que convergen y seducen a las nuevas audiencias jóvenes, los modelos de negocio sufren continuos cambios buscando adaptarse a los nuevos hábitos de los usuarios. El consumo de *video on demand* no para de crecer. Los nuevos servicios de televisión de pago ya compiten mano a mano con las ofertas actualmente existentes, estimándose que su precio llegará a la mitad del valor de las tarifas actuales de los proveedores actuales (Rodríguez, Paco: seminario Cuáles son las audiencias y los mercados de los contenidos multiplataforma. UC. Noviembre 2011). Asimismo, la televisión gratuita por internet competirá con la televisión de pago clásica.

El mundo del Licensing (30) busca también capturar una porción de la nueva torta que genera el negocio de contenidos digitales. Sectores como el textil, la alimentación y la juguetería, entre otros, buscan participar de este nuevo mega mercado del audiovisual mediante contenidos generados por productoras, los cuales son emitidos de forma ubicua por las plataformas antes mencionadas.

Todavía hoy, los contenidos que más consumen siguen siendo películas, series, videjuegos, websodios.³¹ La explosión del video confirma que la web es, ante todo, una red audiovisual del ocio y entretenición. Las estimaciones señalan que para el año 2015, un millón de minutos de video – el equivalente a 674 días- atravesarán Internet cada segundo. En América Latina, el tráfico de video por internet representa el 66% de todo el tráfico de internet de usuario final en 2015, en comparación con 46% en 2010.³²

En un futuro cada vez más cercano, computadoras, smartphones y aparatos de televisión van a sincronizarse para ofrecer al usuario una experiencia de uso homogéneo en casa, en el trabajo o en movilidad, expandiendo así las fronteras del mercado audiovisual. Será un escenario dominado por “los medios líquidos”³⁴ del futuro, muchos de ellos en la “nube”³⁵, que facilitará y potenciará el consumo en cualquier momento, desde cualquier lugar, sobre cualquier dispositivo y válido para cualquier contenido.

En este nuevo mercado audiovisual en un estado de formación acelerada, los contenidos se transforman y adoptan características innovadoras.



Diagnóstico Social:

Uno de los principales problemas de la región de Aysén es la conectividad, largas y costosas distancias inmediatas en los servicios básicos necesarios para el desarrollo de las comunidades y el crecimiento de iniciativas propias de la región.

Con la internet a través de las múltiples plataformas disponibles, suple esta falencia en gran medida, si bien las distancias físicas son insoslayables, esta es una herramienta sin ese factor de dificultad y precede a cualquier iniciativa o emprendimiento dando a conocer más allá de las barreras naturales toda actividad y desarrollo, desde comunicaciones privadas o básicas, hasta destacar y proyectar la identidad del pueblo patagón con tantas iniciativas sin límites de creación. Si bien este es un proyecto que parte en la capital regional de Aysén, que no tiene comparación con los problemas que se ven enfrentado a diario las localidades más lejanas, es un primer paso a que estas herramientas sean manejadas por las mismas organizaciones que generan un crecimiento con respeto y coherencia con los intereses propios de la región que sea, posteriormente, extrapolable en su manejo a las comunidades más apartadas del centro político-económico de la zona, sumando toda iniciativa que fortalece la identidad cultural de esta parte del mundo.

Crear conciencia de la importancia que tiene este fortalecimiento, valiéndose de las herramientas disponibles y capacitar su buen uso y dirección, faculta este emprendimiento con bases sólidas en el conocimiento de nuestras necesidades y proyecciones en la región a través del tiempo.

Experiencias como www.telesuraysentv.cl, de carácter privado sirve a la comunidad como un espacio informativo de los acontecimientos de carácter regional y nacional con espacios para la promoción de la cultura y actividad social y económica de Puerto Aysén, como un aporte a la comunidad y sus necesidades. En Coyhaique www.roccotv.cl con programaciones dedicadas al acontecer político, económico, cultural y de entretenimiento, nos entrega una visión particular de las actividades de la ciudad y su relación con las políticas gubernamentales del municipio y nacional. En la región Metropolitana son muchas las iniciativas llevadas a este formato, sin embargo para nuestro interés las más destacables son, www.victorjaratv.cl y www.pintanatv.cl; La primera como un espacio dependiente de una Fundación sin fines de lucro, de alta trayectoria en el quehacer cultural de nuestro país y con una clara visión de los problemas sociales que atañen a la nación, como una agenda político-cultural de acciones concretas. Pintana TV, canal comunitario bajo el alero de la Municipalidad de La Pintana, con una visión más particular de las distintas actividades e iniciativas relacionadas con la política comunal de desarrollo y un espacio disponible para las organizaciones preocupadas de fomentar los espacios creativos para sus pobladores, además de acciones sociales en beneficio del crecimiento y desarrollo de la comunidad

Existen otras experiencias de señales independientes que han logrado sortear las faltas de oportunidades, movidas por fortalecer la identidad, difundir cultura y ser una alternativa a la TV tradicional, las señales comunitarias han intentado embestir el vacío legal y la falta de recursos, multiplicándose. Por eso se han expandido en Chile, de norte a sur. Señal 3 de La Victoria ha promovido la creación de una red de TV comunitarias de Iquique a Panguipulli. Intercambiando experiencias tecnológicas y materiales audiovisuales.

► MapucheTV

Es el primer canal mapuche a nivel nacional, transmiten en mapudungun desde Panguipulli y realizan una escuela audiovisual para pobladores. Surgieron apoyados por señal 3 La Victoria y Pichilemu, quienes le donaron un transmisor.

► RencaTV



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

Transmitido a través de internet, desde 2005, está dedicado a publicar la cultura de la comuna. Cubren cada evento cultural desde un músico que toca el himno nacional con un serrucho hasta performance teatrales callejeras que critican al sistema. Cuenta con un computador, un pequeño set en la casa de su fundador y una cámara profesional. “Queremos potenciar el arte popular al estilo de Víctor o Violeta, nuestro desafío es ir a buscar a los artistas ocultos, que nadie apoya. A través de la cultura también hacemos crítica política, pero lo más difícil es mantener el canal en el tiempo porque a veces no damos abasto”, asegura el fundador Luis Toledo.

► Canal3Pichilemu

Transmiten en señal 3 desde septiembre de 2007. Los bomberos les ayudaron en esa fecha a instalar su antena hechiza. Su director es productor de TV lo que les ayudó a ganar un par de proyectos públicos que les permitieron sobrevivir y pagar modestos honorarios a los tres que operan el canal. “Hacemos participar a las organizaciones dentro de la programación y usamos la publicidad local para pagar el arriendo, el agua y la luz. Queremos llegar a la comunidad con un trasfondo cultural y social, ser el pálpito de las voces locales”, explica Paula Gálvez de Pichilemu TV.

► AtreveTV

Surgieron en la calle Las Carpas de Iquique, en abril de 2008, gracias a que Señal 3, La Victoria les prestó el transmisor por cuatro meses. Intentaron perdurar más tiempo, pero la falta de recursos les jugó una mala pasada y cerraron en agosto. “Primero nos ubicamos en un centro cultural de Cerro Dragón, que es una ‘casa okupa’, pero fuimos desalojados por carabineros y nos fuimos a Las Carpas. Transmitimos programas de carácter social con elementos políticos que no se ven en los canales tradicionales. Pero no pudimos recaudar dinero para comprar otro transmisor y el canal tuvo que cerrar”, explica uno de los fundadores, Weimar Navarro de Atreve TV.

En Latinoamérica distintos grupos y organizaciones que se animaron y siguen construyendo la producción audiovisual popular y comunitaria.

Desde hace 15 años, Wayruro Comunicación Popular, con sede en Jujuy, viene trabajando junto con los sectores populares del noroeste argentino en la producción, fomento y capacitación audiovisual. Durante estos años, más de un centenar de organizaciones sociales se apropiaron de los conocimientos y fueron registradas por las cámaras de Wayruro.

En Guatemala, el grupo de video Comunicarte grabó durante más de 10 años imágenes del movimiento popular, así como el descubrimiento de fosas comunes clandestinas donde fueron sepultadas miles de víctimas de la política represiva del ejército.

La explosión de medios comunitarios en Venezuela muestra un nuevo momento de la disputa de los pueblos en el plano del sentido. Actualmente, allí existen más de 50 televisoras comunitarias. Una de las más importantes es Catia TV, que tiene el provocador eslogan: “No vea televisión, hágala”. En abril de 2002, Catia TV jugó un papel fundamental durante la restitución del poder al presidente Hugo Chávez, luego del frustrado golpe de Estado por parte de la oposición y los medios de comunicación hegemónicos.

EXPERIENCIA DE UMAG TV



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

- El canal comenzó el año 2006, cuando a consecuencia de las complicaciones para optar a una concesión radial de amplia cobertura, un profesional de la Umag analista de sistemas sugirió ocupar un canal de cable para transmitir música clásica y popular. A poco andar se contrató un audiovisualista. Ambos formaron el primer equipo de UMAG TV. Hoy día existe un equipo de 14 personas formado por 9 profesionales, directamente, involucrados en la realización audiovisual, 2 de apoyo técnico para la página web y el auditorio, y 3 conductores de programas musicales.
- UMAG TV transmite su programación por cable en Puerto Williams, Puerto Natales y Punta Arenas, y desde diciembre de 2013, vía señal abierta digital a Cerro Sombrero y Porvenir. Además, está proyectado dentro de poco, unir por cable a la capital de Tierra del Fuego. El canal se puede ver en cualquier lugar del planeta conectado a internet, porque tiene una señal www para verlo en vivo, y un repositorio o videoteca en YouTube para verlo por demanda. Además, en noviembre de 2013 comenzó a transmitir en vivo por internet todas las charlas y eventos que se realizan en el auditorio Ernesto Livacic, y tiene un espacio reservado tanto en la programación diaria de un canal regional ITV Patagonia, como en el informativo nacional de universidades estatales que se transmite por el canal del Senado.
- El canal tiene hoy día la posibilidad de competir con los canales comerciales en términos técnicos. De hecho, a ojos de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, superó a todos al quedar seleccionado en Magallanes – únicamente, con ITV Patagonia (canal privado de la Región de Magallanes) – para transmitir de manera experimental por señal abierta digital desde diciembre de 2013 y por 6 meses. El mismo logro lo obligó a adelantarse, adquiriendo los equipos digitales necesarios para ingresar a la nueva era lo que ha permitido, no sólo, tener alta calidad de imagen y sonido, sino también un software que permite la tarea de ingresar la programación a la red.
- UMAG TV participó en el proceso de creación del canal nacional UES TV, (Canal Nacional de Universidades Estatales) pues la experiencia de la televisión universitaria de Magallanes es el modelo que se está utilizando para llevarla adelante, y profesionales del canal se encargaron de la capacitación de otras universidades de Chile en materias televisivas.

Las organizaciones sociales y barriales, los pueblos originarios, las cooperativas, las universidades, las asociaciones de la sociedad civil tenemos la posibilidad y el desafío de cambiar el mapa de la comunicación y de la producción audiovisual de nuestro país.

Un canal comunitario para la región de Aysén, permitiría a las organizaciones exponer directamente toda iniciativa, siendo capaces de auto gestionar sus intereses como miembros capacitados en el área tecnológica y de auto producción, capacitar a las organizaciones es primordial para que estas iniciativas perduren a través del tiempo, esta preparación cubrirá todos los aspectos que se requieren para una editorial de contenidos independiente y sustentables, con una conciencia de su entorno y de la realidad social local.



3.6 Resultados esperados

Enumere los principales resultados que se esperan obtener de la ejecución de la iniciativa

- 1.-Implementación de un canal de televisión comunitario.
- 2.-Generar un modelo cooperativo de una producción audiovisual comunitaria.
- 3.-Capacitar una red de comunicadores, con las herramientas necesarias para el manejo de las nuevas tecnologías.
- 4.-Potenciar instancias económicas regionales en contrapartida a una inminente avance de emprendimientos ajenos a los intereses de la región, estimulando el comercio de productos locales.
- 5.-Catastros de toda instancia de creación cultural a nivel de región (todas las artes)
- 6.-Difundir toda iniciativa económica, social y cultural que promueva la identidad regional.
- 7.-Articular redes de similares experiencias en la consolidación del patrimonio cultural de la región de Aysén.
- 8.-Generar redes de intercambio de materiales audiovisuales de interés nacional.
- 9.- Consolidar un espacio para la creación de proyectos individuales y colectivos que aporte al desarrollo de instancias democráticas sin fines de lucro.
- 10.- Crear una organización cultural que aglutine las Juntas de vecinos intervenidas por este proyecto y que de continuidad al desarrollo de esta herramienta comunicacional a través del tiempo.

3.7 Impactos esperado (económicos, sociales y/o ambientales)

Para entender la dimensión de los impactos se debe hacer desde el objetivo principal de este proyecto; herramienta primordial "una TV comunitaria al servicio de la Juntas de Vecinos y organizaciones culturales con una capacidad de diálogo, opinión, creación y participación que promueva desde sus bases la integración regional con redes autosuficientes e innovadoras".

Palabras claves:

Televisión comunitaria, capital social, desarrollo humano, periodismo, comunicación y desarrollo, audiencias, medios alternativos.

Favorecer la participación social, que permita la integración en el desarrollo de la comunidad.

Ofrecer alternativas gratuitas a la ocupación del Tiempo Libre, fuera de la línea estrictamente consumista que se nos ofrece.

Romper con el aislamiento de los vecinos, favoreciendo la convivencia y el encuentro con sus iguales.

Favorecer el desarrollo de las capacidades de los ciudadanos y ciudadanas a través de la utilización creativa de su tiempo.

Promover la participación y relación grupal fomentando la creatividad y los valores para la resolución de conflictos.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

Facilitar la adquisición de actitudes saludables y elevar los niveles de autoestima mediante el descubrimiento de las capacidades, a la vez que se da respuesta a las carencias afectivas y educativas de las familias.

Generar intercambios con artistas independientes y grupos organizados de la comunidad intervenida y otros grupos profesionales de la ciudad, para el crecimiento y desarrollo personal y profesional.

Difundir, apoyar y consolidar la proyección de las empresas privadas, los gobiernos y las instituciones culturales comprometidas con el proyecto.

Vincular a los Medios de comunicación.

Fortalecer la capacidad de sonreír, aprender, conocer, compartir, disfrutar, contemplar, soñar, amar y vivir.

Estimular la economía informal organizada.

Fomentar, institucionalizar y fortalecer los espacios de diálogo social y negociación entre los actores y otros agentes vinculados a la formación de una comunidad proactiva, que favorezca el mejoramiento de su entorno para una equidad en el acceso de oportunidades de desarrollo competitivo, que responda a las características y demandas locales, regionales en el marco de la descentralización y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Garantizar la producción y generación de información pertinente, oportuna y de calidad, implementando un sistema de información al servicio de estos mismos actores sociales a nivel regional, propiciando una sociedad democrática sana y participativa.

La comunicación informa

- La ciudadanía participa cuando dispone de información pertinente y canales de expresión.

La comunicación educa

- Desde la comunicación nos acercamos a las personas que conforman nuestros públicos objetivos, para expresar sus necesidades, visibilizar sus demandas, propuestas, respondiendo a sus expectativas y prejuicios.

La comunicación dialoga

- La comunicación nos permite reconocer y valorar el punto de vista de los demás. En tal sentido, es importante partir del reconocimiento que las personas son el eje de nuestra acción.

La comunicación involucra

- Actuamos para buscar el cambio de una situación, por ello, debemos aprender a reconocer que estamos trabajando para personas que tienen diferencias sociales, culturales, económicas y hasta políticas, entonces, se trata de reconocerlas, no para excluirlas, sino para incluirlas.

La comunicación compromete

- Saber cómo acercarnos de acuerdo a sus intereses y demandas. Siempre abriendo espacios para el diálogo.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

3.8 INDICADORES			
Objetivos	Indicador³	Meta⁴	Medios de Verificación⁵
<p>Objetivo general</p> <p>Crear un medio de difusión que contribuya a la divulgación de contenidos locales desde y para las Juntas de Vecinos y Organizaciones Culturales de la región de Aysén Comuna de Coihaique, independiente y cooperativo, el cual potenciará la recomposición de los tejidos sociales hacia un desarrollo económico y sociocultural.</p>	<p>(Horas de transmisión de contenido local/ total horas de transmisión)*100</p> <p>(Presupuesto ejecutado/presupuesto total planificado)*100</p>	<p>90% de los contenidos transmitidos son de origen local.</p> <p>Al finalizar la propuesta se ha ejecutado el 100% del monto solicitado.</p>	<p>Programación semanal</p> <p>Rendición financiera final.</p>

³ Corresponde a una especificación cuantitativa de la relación de dos o más variables (fórmula) que permite verificar el logro alcanzado por el programa en el cumplimiento de sus objetivos. Cuando corresponda los indicadores deben incorporar el enfoque de género y territorial.

⁴ Corresponde al valor deseado del indicador al término del programa. Cada indicador debe contar con una meta.

⁵ Corresponden a las fuentes de información primaria o secundaria que se utilizarán para obtener los valores de los indicadores que verifiquen el grado de cumplimiento de los objetivos. Fuentes primarias son producidas por el programa mientras que las secundarias son independientes a él.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

<p>Objetivo específico 1</p> <p>Convocar a las organizaciones involucradas, para identificar las prioridades de cada una de ellas canalizando sus intereses en el desarrollo de esta iniciativa.</p>	<p>(Nº de organizaciones convocadas/Nº organizaciones interesadas)*100</p> <p>(Nº de organizaciones comunitarias representadas en Diálogos Ciudadanos/ Total instituciones convocadas)*100</p> <p>(Nº de jornadas diálogos comunitarios realizadas/Nº de jornadas de diálogos planificadas)*100</p> <p>(Nº de Ideas de la comunidad incorporadas como acciones del proyecto/ Nº Ideas levantadas desde la comunidad)*100</p> <p>(Nº de usuarios que se manifiestan satisfechos o muy satisfechos por los Diálogos ciudadanos/Nº usuarios que</p>	<p>100% de las organizaciones interesadas son convocadas.</p> <p>90% de organizaciones convocadas participan en jornadas de diálogos.</p> <p>90% de las jornadas de diálogos planificadas se realizan.</p> <p>80% de ideas comunitarias son incorporadas en el proyecto.</p> <p>70% de los usuarios se manifiesta satisfecho o muy</p>	<p>Catastro de organizaciones</p> <p>Listas de asistencia Diálogos comunitarios</p> <p>Actas de acuerdo Diálogos comunitarios.</p> <p>Registros audiovisuales (videos, fotografías, etc.)</p> <p>Encuesta de Satisfacción de usuarios</p> <p>Informes de ejecución del proyecto.</p>



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

	responden instrumento)*100	satisfecho encuesta satisfacción.	en de
<p>Objetivo específico 2:</p> <p>Implementar el canal de TV con la infraestructura técnica y humana necesaria para su funcionamiento en la comuna de Coyhaique, Región de Aysén.</p>	<p>(Horas de emisión semanales /Horas de emisión semanales planificadas en un período de tiempo determinado)*100</p> <p>(Estándares de calidad de transmisión cumplidos/Estándares de transmisión esperados)</p> <p>(Nº de Visitas del sitio web mensuales/Nº de visitas sitio proyectadas en un mes) *100</p> <p>(Nº de usuarios que se manifiestan satisfechos o muy satisfechos con la transmisión/total usuarios que responden instrumento)*100</p> <p>(Presupuesto ejecutado Item /Presupuesto planificado Item)*100</p>	<p>80% horas de emisión semanal promedio mensual.</p> <p>Se cumple con el 80% de Estándares de calidad de transmisión</p> <p>70% visitas proyectadas mensuales logradas</p> <p>70% de los usuarios se manifiesta satisfecho o muy satisfecho en encuesta de satisfacción.</p> <p>100% ejecución presupuestaria período</p>	<p>Rediciones Financieras, facturas, órdenes de compra.</p> <p>Encuesta de satisfacción.</p> <p>Reportes sistema de seguimiento de transmisiones.</p>



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

<p>Objetivo específico 3:</p> <p>Capacitar a las organizaciones en las áreas de técnicas audiovisuales y manejo de nuevas tecnologías, para crear una red de comunicadores comunitarios.</p>	<p>(Nº de personas convocadas a capacitación/Nº de participantes)*100</p> <p>(Nº de horas de capacitación realizadas/Nº de horas de capacitación planificadas)*100</p> <p>(Nº de personas que certifican capacitación/Nº total inscritos)*100</p> <p>(Nº de módulos de capacitación que cumplen con estándares definidos/Total de módulos)</p> <p>(Nº de usuarios que se manifiestan satisfechos o muy satisfechos con la transmisión/total usuarios que responden instrumento)*100</p> <p>(Presupuesto ejecutado Item /Presupuesto planificado Item)*100</p>	<p>80% de los convocados participan de capacitación.</p> <p>80% de horas planificadas realizadas.</p> <p>70% de los participantes cumplen requisitos de certificación.</p> <p>80% de los módulos de capacitación cumplen estándares de calidad proyectados.</p> <p>70% de los usuarios se manifiesta satisfecho o muy satisfecho en encuesta de satisfacción.</p> <p>100% ejecución presupuestaria período</p>	<p>Registros de Asistencia</p> <p>Registros Audiovisuales (Fotografías, videos, etc.)</p> <p>Certificaciones.</p> <p>Registro de evaluaciones.</p> <p>Encuestas de satisfacción.</p> <p>Planificación de módulos.</p> <p>Evaluación de módulos.</p>
<p>Objetivo específico 4:</p>	<p>(Nº de organizaciones que constituyen Red Regional de</p>	<p>70% de las organizaciones catastradas conforma</p>	<p>Acta de Constitución Red Regional de Comunicación</p>



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

<p>Articular una red regional de comunicación, recomponiendo el tramado social de las organizaciones geográficamente más alejadas.</p>	<p>Comunicación/Nº total de organizaciones catastradas)*100</p> <p>Nº de sesiones de la Red regional de Comunicación/Nº sesiones Red planificadas.</p>	<p>Red regional de Comunicación.</p> <p>80% de las sesiones de la red Regional de Comunicación realizadas.</p>	<p>Actas de Sesiones.</p> <p>Listas de Asistencia</p>



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

--	--	--	--

3.10 Detalle de Actividades

Corresponde indicar cuáles son las principales actividades que se deben desarrollar para generar los productos (objetivos) del programa. Las actividades deben presentarse agrupadas por objetivo. De ser necesario, considerar el enfoque de género y territorial

OBJETIVO	Actividad	Descripción
O1: Convocatoria a las organizaciones.	A1 O1: Encuentros con las organizaciones.	Visitas sociales para conocer escuchar y identificar las prioridades de las comunidades.
O1: Documento Base que define contenidos y desarrollo.	A2 O1: Reuniones de reflexión y trabajo.	Se realizará un diagnóstico participativo con toda la información recopilada, con ello, se elaborará un primer documento que servirá como base de reflexión y discusión con las organizaciones incorporando los aportes de todos los participantes.
O1: Compartir y establecer contenidos en un plan de trabajo del canal comunitario.	A3 O1: Reuniones Regionales.	Intercambiar con las organizaciones, contenidos, formatos y valores sociales. Canalizando los intereses en el desarrollo de esta iniciativa.
O2: Compra del equipamiento técnico requerido.	A1 O3: Implementación Técnica	Equipos; Grabación, grip, iluminación, sonido, post-producción y trasmisión.
O2: Contratación del equipo humano.	A2 O3: Planta de personal.	Director general, productor ejecutivo, web máster, diseñador, asistente de producción, periodista, camarógrafo, editor, técnico eléctrico, asistente de cámara, tutor audiovisual.
O2: Instalación y capacitación al equipo del canal.	A3 O3: Servicio post-venta	Servicio post-venta que involucra instalación y capacitación del equipamiento adquirido.
O2 Suministro de la plataforma tecnológica para alojamiento del canal	A4 O3: Plataforma tecnológica	Servicio de la plataforma tecnológica para alojamiento y banda ancha del canal, donde los videos puedan ser visualizados en distintos sistemas operativos y navegadores web.
O3 Formación de las organizaciones	A1 O2: Talleres de Formación	Dictar talleres de formación técnica, con el objetivo de fortalecer las actividades a



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

(3 meses)		desarrolladas por las organizaciones.
O3 Establecer inquietudes de las organizaciones	A2 O2: Reuniones Regionales	Reuniones periódicas con asociaciones locales.
O4 Formar y crear una red regional con la inclusión de nuevas localidades geográficamente distantes de la ciudad de Coyhaique.	A1 O6: Red Regional	Formar una red regional, Convocando otras organizaciones de comunidades alejadas de Coyhaique, y sumarlas a nuestro actual canal comunitario, mostrando las ventajas comunicacionales que se lograrán.

3.11 Metodología

“En todos los campos, la televisión tiene un rol fundamental al lado de los otros medios de comunicación de masas y de los medios de comunicación tradicionales” Pequeñas pantallas para la democracia, Alain Ambrosi.

El proyecto se desarrolla a través de una metodología activa y participativa que está determinada por las siguientes fases: Los primeros contactos, Formación técnica, Implementación del Canal por internet, Puesta en marcha, funcionamiento del canal y potenciar la relación con las comunidades geográficamente más alejadas, logrando así involucrar a los integrantes de las comunidades en aspectos tales como; capacitación, nuevas tecnologías y democratización de los medios.

Los Primeros Contactos:

El desarrollo de esta área estará bajo la responsabilidad del Productor Ejecutivo (Arturo Clark) y Productor General (Luis Parra).

Nos acercaremos y entrevistaremos a las asociaciones, generando confianzas y ambientes de creatividad, donde la comunidad empiece a sentirse protagonista. Esto marca el inicio de nuestra primera etapa de trabajo, donde se recopila la información y luego en conjunto se diseña un plan de acción, logrando así escuchar y entender sus inquietudes que se traducen en las acciones necesarias para lograr las bases de nuestro proyecto. Algunas de las actividades son:

- Reconocimiento de las Juntas de Vecinos de la comuna de Coihaique
- Reconocimiento de las organizaciones culturales de la comuna de Coihaique
- Calendarizar reuniones de encuentro donde expondremos el proyecto para definir:
 - Alcance del proyecto
 - Reuniones de desarrollo con cada organización
 - Jornadas de evaluación de encuentros
- Exposición de la metodología de trabajo a través de:
 - Calendarización de talleres.
 - Contenidos de las capacitaciones



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

Coordinar espacios y equipamiento.
Convocatorias.

A medida que nos movemos en la comunidad y su territorio, vamos creando lazos de confianza y trabajando con aquellos “cómplices” con los que poco a poco iremos constituyendo el Grupo Motor del proceso participativo, creando responsabilidad y compromiso de la comunidad, para completar y alcanzar los objetivos.

Las conclusiones y evaluación de este primer proceso se medirán en documentos (según lo detallado en los medios de verificación pertinentes a el objetivo específico 1) y encuestas a las organizaciones de manera de obtener resultados para un buen plan de trabajo con las comunidades.

La Formación Técnica

Será el segundo paso a realizar, consistirá en la formación de las diferentes etapas del trabajo audiovisual, estos talleres serán impartidos por Francisco Inostroza (Tutor Audiovisual). Los talleres tendrán como meta orientar, apoyar y capacitar a sus participantes, además de estimular a reconocer los atributos positivos de sus organizaciones, su historia, sus actividades, sus propias noticias. Se realizarán tres tipos de actividades bajo la modalidad de: Charlas, Talleres y Observación participante.

Los contenidos de las Charlas serán definiciones claras en el campo de la comunicación y las tecnologías, con el objetivo de ser una herramienta que oriente a los participantes, los tópicos son:

- Información.
- Difusión.
- Educación.
- Generar opinión
- Animar el debate público.
- Fortalecer el diálogo social.
- Comunicación mediante las redes sociales en Internet.
- Almacenamiento Web.
- Comunicación Efectiva.

Los talleres audiovisuales consistirán en: producción de Tv, desarrollo de contenidos que les permita desplegar su tratamiento bajo distintos géneros, conocer las funciones básicas de la cámara, así como los elementos que permiten construir un relato audiovisual y, finalmente, introducir a los participantes en el uso de programas computacionales de edición audiovisual. El grupo trabajará durante tres meses de manera intensiva con un tutor de experiencia a cargo, aportando un conocimiento integral en todas las áreas. Cada sesión contará con una primera parte teórica que afianzará las bases conceptuales de los participantes y se utilizará el resto de la sesión para trabajar en el proyecto integrado del canal por internet, de forma que toda la teoría se asimile y nutra un plan de acción del participante. Se contemplan evaluaciones del proceso con diagnósticos en el formato de encuestas continuas y autoevaluaciones que coinciden con la construcción de sus propios materiales audiovisuales. El taller proporcionará materiales y herramientas necesarias para desempeñarse eficientemente en el campo de la realización audiovisual.

En relación a la observación del participante, se consideran reuniones de evaluación y aportes que consisten en el visionado y exposición de sus piezas audiovisuales con el grupo de trabajo con la idea de mejorar y estimular dichos resultados.

Partimos de la base de la colaboración, la solidaridad y la cooperación entre las experiencias de los



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

talleres, para ello será de vital importancia que cada uno de los roles deberá ser aprehendido colectivamente, logrando así un equipo de trabajo que sea capaz de responder ante dificultades o ausencias de los compañeros.

La Implementación del Canal

Esta área es de completa responsabilidad del Productor general y ejecutivo. La cual consiste en: la compra de equipamiento técnico de grabación, grip, iluminación, sonido, post-producción y transmisión. Además, se suma la contratación del equipo humano.

**EQUIPOS DE PRODUCCION, POSTPRODUCCION
Y DE EMISION**

EQUIPOS DE PRODUCCION

DESCRIPCION	CANTIDAD	REFERENCIA Y MARCA
CAMARAS	3	BLACKMAGIC STUDIO CINSTUDMFT/HD
OPTICA	3	OLYMPUS LENS
AUDIFONOS	3	AUDIFONOS CON MICRÓFONO GENIUS
TRIPODES	3	TRIPODE KIT y DOLLY
MICROFONIA	6	SISTEMA INALAMBRICO LAVALIER-RECEPTOR RACK SINTINI
ILUMINACION	8	TV Light Panel 900 LED 3200-5500K
CONTROLES DE LUZ	1	CONSOLA DE ILUMINACION
CONTROLES DE SONIDO	1	MIXERDE AUDIO YAMAHA

EQUIPOS DE POSTPRODUCCION

DESCRIPCION	CANTIDAD	REFERENCIA Y MARCA
SWITCHER	1	ATEM 1 M/E Production Switcher
REPRODUCTORDVD	1	SONY
COMPUTADORES	4	
LCD 40 NEC	1	NEC PROFESIONAL FULL HD
ESTABILICIDOR	1(3.000 Watts)	ULTRALAI

EQUIPOS DE EMISION

DESCRIPCION	CANTIDAD	REFERENCIA Y MARCA
TRANSMISOR DE TV	1	HYPERD/ST/PRO2

PLANTA DE PERSONAL Y FUNCIONES:

PRODUCTOR GENERAL

Ejerce el control, mantiene el suministro apoyo logístico de los departamentos del canal, productor administrativo y operativo de televisión, mediante el empleo óptimo de los recursos técnicos, materiales y humanos con el fin de facilitar las operaciones propias de la misión del canal local. Además será



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

responsable en su primera etapa de la convocatoria de las organizaciones que se quieran sumar a esta iniciativa

PRODUCTOR EJECUTIVO

Dirige, coordina, supervisa y conduce administrativa y técnicamente el proceso de producción de televisión, al personal que lo compone de acuerdo a las normas y pautas sobre el particular que emite y ha emitido el gerente general.

Preparar y construir reserva de equipos y de abastecimiento para el empleo del canal local en las ejecuciones de las operaciones producción.

Diseña el presupuesto y ejerce control contable del proceso de producción de televisión.

Dicta las normas y políticas para la ejecución de tareas, administrativas y busca los recursos necesarios para la elaboración de programas. Estará directamente relacionado en las convocatorias y desarrollo de la presentación del proyecto y sus alcances.

Asistente de producción:

Planea, organiza, ejecuta, controla y elabora documentación y correspondencia. Maneja el archivo general, efectúa actividades de servicio de las organizaciones.

Elabora órdenes y documentos de acuerdo a instrucciones del Director.

Ejerce control de correspondencia en cuanto a recibo, tramitación y destinación final y, especialmente, en lo relacionado a formatos establecidos, estructuración y presentación general. Controla que las comunicaciones sean rápidas, seguras, concisas y precisas.

TÉCNICO ELECTRÓNICO

Atiende las ordenes de la instalación, reparación y mantenimiento.

Verifica que las instalaciones estén bien hechas.

EDITOR

Esta encargado de la edición de los programas, lo cual incluye dar sugerencias de musicalización, recortar, pegar, borrar imágenes, es decir, el que arma el programa en sí.

WEB MASTER Y CONTROLADOR DE EMISIÓN

Su función es ; que pagina opere de manera correcta y controlar la programación que sale al aire

PRODUCTORA PERIODISTICA

Atiende en el cubrimiento de notas, manejo de la información periodística, recolección y manejo de fuentes.

CAMARÓGRAFO

Su función es exclusivamente el manejo de cámaras, puede además sugerir sobre la iluminación, ubicación, debe estar al tanto del libreto.

AISTENTE DE CAMARA:

Esta encargado de mantener preparados los equipos para utilizarlos ya sean; baterías cargadas, maletas iluminación y equipamiento. Además estará siempre atento a los requerimientos técnicos del camarógrafo.

DISEÑADOR

Su función es la de crear la imagen del canal además de; papelería, cortinas audiovisuales, pendones, afiches y carteles, su creación debe tener total coherencia con la misión del canal.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

TUTOR AUDIOVISUAL

Es el encargado de capacitar a los integrantes de las organizaciones, entregando material apoyo y clases presenciales para la preparación de un equipo de trabajo de producciones comunitarias.

El Suministro de Streaming Audio + Video que es la plataforma tecnológica para alojamiento del canal que es en donde los videos puedan ser visualizados en distintos sistemas operativos y navegadores web Para 200 usuarios simultáneos.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO STREAMING

- Codificación H264 Baseline 3.0
- Audio AAC +
- Sitio estandarizado de El Telón con la transmisión.
- Estadísticas diarias y mensuales.
- Código embed (player) para que lo inserten donde ustedes quieran.
- Compatibilidad móvil para sistemas Android y Iphone/Ipad.
- Canal presente en la aplicación El Telón, con más de 500.000 descargas.
- Soporte telefónico de lunes a viernes de 9:00 a 18:00.
- Soporte vía remoto 24/7.

Cabe destacar que en la implementación del canal, además, se contempla la creación de todas las áreas que contempla el canal, tales como: Montaje, desarrollo editorial, programación para el primer año del canal, la creación de imagen del canal, diseño, programación del home, parrilla programática, prensa, continuidades y secciones, entre otras.

Puesta en marcha y funcionamiento del canal

La puesta en marcha está orientada de acuerdo a tres áreas importantes: producción, programación y audiencia.

En el área de la producción, nos importa establecer los criterios para definir la programación y sus contenidos, así como fomentar la participación de la audiencia.

En el área de la programación, buscaremos identificar el género de programas que más cautivan y los temas más recurrentes en las organizaciones participantes.

En el área de la audiencia, se pretende identificar y establecer nexos vía internet para conquistar su atención y dar paso a la interactividad con la comunidad.

Cada uno de estos componentes influye directamente sobre la televisión comunitaria para que ésta cumpla con su filosofía y funciones. El componente de la participación implica que la comunidad se involucra de forma integral en la televisión comunitaria, a través de las fases denominadas de acceso, intervención activa, autogestión y formación.

En el componente de la programación, la televisión comunitaria actúa como productora de programas propios, con una orientación educativa y cultural. El enfoque educativo se entiende como la formación de personas autónomas, críticas y propositivas, y el enfoque cultural, como la creación de ciudadanía, esto es, de personas que participan activamente en la vida política, económica y cultural.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

3.13 Equipo técnico

Señalar el equipo técnico que desarrollará la iniciativa. Indicar quién actuará de coordinador técnico.

Nombre completo	Profesión	Rol	Funciones Principales	Dedicación (hrs.)	Relación Contractual y financiamiento (1)
Arturo Clark Clark	Gestor Cultural	Productor General	Dirige, coordina, supervisa y conduce administrativa y técnicamente el proceso de producción del canal.	1440	CH
Luis Alberto Parra Fuentes	Realizador Audiovisual	Director General	Ejerce el control, mantiene el suministro apoyo logístico a los departamentos del canal, productor administrativo y operativo de televisión, mediante el empleo óptimo de los recursos técnicos, materiales y humanos con el fin de facilitar las operaciones propias de la misión del canal local.	960	CH
Francisco Inostroza	Realizador Audiovisual	Docente Capacitaciones de	Capacitación de el capital humano de las organizaciones	288	CH



FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014

		técnic as Audio visual es	es, encargado de suministrar todo lo necesario para la preparación de un equipo de trabajo de produccione s comunitarias		
--	--	---------------------------------------	--	--	--

(1) Relación contractual: **CT**: Contrato código del trabajo; **CH**: Contrato a honorarios;
EX: Externo/a (a través de una subcontratación)
Financiamiento: FIC - Aporte Propio - Asociados

3.14 Subcontrataciones

Señalar, si los habrá, contratos con personas jurídicas para la prestación de servicios relacionados directamente con las actividades del programa. Se excluye de este ítem todo gasto destinado a contratar servicios de administración y apoyo. Indicar razón social, RUT, giro, descripción de los servicios a contratar y experiencia relevante.

SIN SUBCONTRATACIONES



3.15 Estrategia de Comunicación, Difusión y/o Transferencia

1. La convocatoria de las organizaciones: Etapas a.- Convocatoria con cada una de las organizaciones involucradas, exposición y planificación cómo primer acercamiento, definición de posturas e intereses de la comunidad a través de sus representantes y calendarización de los planes de trabajo con los interesados. B.- Llamado abierto a la comunidad por los ejecutores del proyecto y sus representantes, a través de papelería y visita puerta a puerta informando la puesta en marcha y proyecciones del canal comunitario. C.- Cierre de convocatoria con las demás organizaciones participantes. D.- Jornada de reflexión y análisis de los intereses expuestos en estas convocatorias, evaluando los aportes más significativos en ideas creatividad e innovación de las organizaciones, como una convergencia de ideas que nutra los contenidos de la TV Comunitaria.
2. Generación de un slogan audiovisual del canal, tomando en cuenta los aportes, ideas y representatividad, definidas por las organizaciones, registro y generación de video representativo de la señal, "Imagen Corporativa".
3. Evaluación de iniciativas económicas locales para su difusión y proyección, seleccionando aquellas que en su gestión sean innovadoras y con identidad regional (productos y servicios **locales**)
4. Medios de comunicaciones locales (presentación del proyecto a la comunidad de Coyhaique)
5. Material de apoyo para mostrar el proyecto, Catering, papelería (tríptico informativo de la iniciativa, pasos a seguir), Discusión de intereses (trabajo de campo y escucha)
6. Inicio de capacitaciones (convocatoria, post reflexión y análisis de la información recabada en la primera etapa de acercamiento)
7. Resultados finales de la capacitación.
8. Debate parrilla programática (importancia)
9. Incorporación de publicidad de proyectos de economía informal organizada.
10. Apertura Canal Tv comunitaria a la red.
11. Lanzamiento de canal abierto (difusión y entrevistas en medios locales de radio televisión y prensa escrita)
12. Inauguración abierta a la comunidad en terreno (mostrando registro editado en un resumen de video + número cultural), como proyecciones en pantalla en los puntos involucrados (Juntas de vecinos y otras organizaciones).



*FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014*

13. La Universidad de Magallanes, institución ejecutora del proyecto, asumirá la responsabilidad de dar continuidad a la iniciativa brindando todas las posibilidades a las entidades comunitarias que se organizaron y participaron para seguir dando uso del canal.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

4. FINANCIAMIENTO (presupuesto modificado en planilla Excel)

El financiamiento debe incluir todos los gastos en que incurre la iniciativa. (De estimarse necesario se solicitarán cotizaciones y detalles de la valoración de ciertos ítems).

4.1 Presupuesto Total	
Monto total solicitado al FIC	M\$ 149.109
2014	M\$ 37.277
2015	M\$ 83.568
2016	M\$ 28.264
Aporte Propio (1)	M\$ 25.068
Aporte Asociados (1)	M\$ 1.240
COSTO TOTAL INICIATIVA	M\$ 157.997

(1) Los aportes Propio y de Asociados, en conjunto deben ser iguales o superiores al 10% del costo total de la iniciativa y debe estar respaldado por cartas compromiso.

4.2 Presupuesto (aporte propio y asociados)				
Cuentas (a)	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario M\$	Costo Total M\$
1. Recursos humanos (b)				
Profesionales	Mes			
Arturo Clark Clark	Mes	18	1.008	18.144
César Montiel Alvarado	Mes	18	162	2.916
Luis Parra Fuentes	Mes	18	756	13.608
Francisco Inostroza	Mes	4	576	2.304
Productor (a) periodístico	Mes	15	600	9.000
Técnicos	Mes			
Web master	Mes	4	780	3.120
Diseñador	Mes	4	440	1.760
Editor	Mes	15	550	8.250
Camarógrafo	Mes	15	440	6.600
Asistente de producción	Mes	10	330	3.300
Técnico general	Mes	10	300	3.000
Viáticos	Mes	240	32	7.872
Subtotal				79.874



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

2. Equipamiento (c)Respaldo cotización); valores según dólar cambio del 24-07-2014				
Blackmagic Studio Camera Lente 75mm f1.8, auto foco AUDIFONOS CON MICRÓFONO GENIUS CONTROL BASICO CONTROL REMOTO PARA SONY TRIPODE KIT PESO 7KG PESO MAX 6- 12KG/TILT 90 / 75 DOLLY EIMAGE ATEM Camera Converter ATEM 1 M/E Production Studio 4K ATEM 1 M/E Broadcast Panel Smart Videohub LCD 40 NEC PROFESIONAL FULL HD SmartView HD HyperDeck Studio Pro 2 SSD 240GB SATA3 2.5 SSDNOW V300 MONITOR ACTIVO (PAR) SAMSON RACK PARA 6 UNIDADES RECEPTORAS SISTEMA INALAMBRICO LAVALIER- RECEPTOR RACK SINTINI TV light panel 900 led 3200-5500 k Consola de Iluminación Cable DMX 4.45 Metros Cable DMX 4.45 Metros C clamp de iluminación Mixer de audio 16 x 2 x 2 incluye PAR MONITOR ESTUDIO ACTIVO 50W SAMSON MICRÓFONO SONY PARA ENTREVISTAS FOCO LED GENERICO, CON DIMER CAÑA PARA MICRÓFONO, ALUMINIO, 3MTS, RODE KIT ZEPPELIN-SOPORTE Y MANGO RODE SHOTGUN MICROPHONE NXCAM NTSC camcorder with 1/2.88- inch sensor Exmor R# CMO TRIPODE KIT PESO 5.5KG PESO MAX 3- 8KG/TILT 90 / 45 NEW UHF WIRELESS MICROPHONE LAVALIER PACKAGE Disco Externo 4Tb U SB 3.0 H G ST Touro D X3 Lenovo ThinkPad T430 i5 -332 0M 4G B 5 0 0 G B 14.0 " Wind MacBook Air 1.3 G H z 4G B 2 5 6G B 11.6" Flash Nuevo iMac Core i5 3.2 G hz 8 G b 1Tb 27"				



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

SLYDER DOLLY				
OPTEKA STEADYVID EX MK II				
VIEWFINDER ESTÁNDAR				
Monitor HD WM---701B 7inch				
SOL REPUBLIC TRACKS				
Subtotal				38.229
3. Operación				
Difusión	Mes			
Afiches	Mes	2	300.000	600.000
Pendones	Mes	3	50.000	150.000
Impresión de guías y Dípticos	Mes	1	500.000	500.000
Demo promocional y creación música (Cortinas)	Mes	1	800.000	800.000
Dominio	Mes	1	40.000	40.000
Posicionamiento Web	Mes	1	250.000	250.000
Hosting (El Telón)	Mes	12	160.000	1.920.000
Servicio de fibra óptica	Mes	12	250.000	3.000.000
SCD	Mes	12	20.000	240.000
Gastos de producción Días de campo	Mes	6	50.000	300.000
Catering días de campo	Mes	6	100.000	600.000
Transporte días de campo	Mes	6	150.000	900.000
Traslado otras localidades	Mes	1	1.000.000	1.000.000
Evento Final de lanzamiento tv	Mes	1	5.000.000	4.000.000
Misiones y pasajes				
Gestión y Nexos Culturales (Pasajes aéreos, Viáticos, Estadías)	Mes	3	330.000	990
Subcontrataciones (d)				
Otros gastos (e)	Mes			
Insumos de oficina	Mes	12	180.000	2.160
Subtotal				17.450
SUB-TOTAL M\$	----	----	----	149.109



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

4.3 Presupuesto General Solicitado				
Cuentas (a)	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario M\$	Costo Total M\$
1. Recursos humanos (b)				
Profesionales	Mes			45.972
Técnicos	Mes			26.030
Viáticos	Mes			7.872
Subtotal				79.874
2. Equipamiento (c)				
				38.230
Subtotal				38.230
3. Operación				
Difusión				14.300
Misiones y pas.				990
Subcontrataciones (d)				0
Otros gastos (e)				2.160
Subtotal				
5. Overhead (máximo 10%)				
				13.555
SUB-TOTAL M\$	----	----	----	149.109



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

4.4 Presupuesto Anual Detallado

Para cada año calendario de ejecución de la iniciativa llenar el siguiente cuadro:

Presupuesto Solicitado 2014					
Cuentas (a)	Actividad asociada	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario M\$	Costo Total M\$
1. Recursos humanos (b)					
Profesionales		Mes	1		1.926
Técnicos		Mes	1		
Viáticos		Mes	1		
Subtotal					
2. Equipamiento (c)					
Subtotal					21.796
3. Operación					
Difusión					
Misiones y pas.					
Subcontrataciones (d)					
Subtotal					
5. Overhead (máximo 10%)					
					13.555
SUB-TOTAL 2014 M\$		----	----	----	37.277



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

Para cada año calendario de ejecución de la iniciativa llenar el siguiente cuadro:

Presupuesto Solicitado 2015					
Cuentas (a)	Actividad asociada	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario M\$	Costo Total M\$
1. Recursos humanos (b)					
Profesionales		Mes	12		31.416
Técnicos		Mes	12		17.930
Viáticos					5.248
Subtotal					
2. Equipamiento (c)					
Subtotal					16.434
3. Operación					
Difusión					10.050
Misiones y pas.					330
Subcontrataciones (d)					
Uso de dependencias y Administración					2.160
Subtotal					
5. Overhead (máximo 10%)					
SUB-TOTAL 2015 M\$		----	----	----	83.568



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2014**

Para cada año calendario de ejecución de la iniciativa llenar el siguiente cuadro:

Presupuesto Solicitado 2016					
Cuentas (a)	Actividad asociada	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario M\$	Costo Total M\$
1. Recursos humanos (b)					
Profesionales		Mes	5		12.630
Técnicos		Mes	5		8.100
Viáticos					2.624
Subtotal					
2. Equipamiento (c)					
Subtotal					
3. Operación					
Difusión					4.250
Misiones y pas.					660
Subcontrataciones (d)					
Uso de dependencias y Administración					
Subtotal					
5. Overhead (máximo 10%)					
SUB-TOTAL 2016 M\$		----	----	----	28.264

(a) Ver Bases Concurso FIC 2014 (Punto 12.2 Gastos permitidos)

(b) Detallar recurso humano agrupado por tipo y nivel de remuneraciones, la unidad de medida debe la remuneración mensual.

Coordinadores de proyecto cargados a la provisión FIC, deberán cumplir funciones Técnicas dentro de la iniciativa y demostrar su experiencia técnica y aporte a la iniciativa.

(c) Detallar por tipo de equipamiento considerado

(d) Detallar a nivel de contrato

(e) otros cargos a operación deberán ser detallados conformes a por partidas principales, y de ser necesario se solicitará el cálculo de estimación y cotizaciones correspondientes.