



“el turismo y los nuevos paradigmas educativos”

TOUR RADIAL

Un caso de comunicación radial turística y TIC's en Turismo

Lic. Alejandra Álvarez - profeama@yahoo.com.ar
Tec. Natalia Villanueva - nsduarte1@gmail.com
Nerina Blasco - nerina.marisel@gmail.com
Ariel Almendras - arielandres1989@gmail.com

Universidad Nacional de la Patagonia Austral - Unidad Académica Río Gallegos
(UNPA-UARG)

Palabras claves: Tic, Turismo, Comunicaciones, Extensión.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene por objeto presentar el proyecto de radio: Tour Radial, un programa que se emite desde 2012 por FM UNPA 99.9 MHz, y se encuentra actualmente en su segunda temporada. El mismo constituye un proyecto de extensión aprobado y en ejecución desde la cátedra Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos de la Lic. en Turismo de la UNPA –UARG.

En 2011 la Secretaria de Extensión de nuestra universidad, llamó a concurso de proyectos de radio, allí fue cuando desde la cátedra mencionada se vio la oportunidad y el desafío de desarrollar un producto turístico diferente. Consideramos la ocasión una oportunidad ya que nos permitirá desarrollar un espacio creativo, generando una forma alternativa de comunicarse y estudiar a la demanda y oferta turística. Dada las connotaciones de la asignatura también es una oportunidad de adentrarse en un proyecto concreto, que además brinda un espacio para la recopilación de información que servirá para el desarrollo de otros trabajos de campo.

Sin lugar a dudas fue todo un desafío, considerando que no somos expertos en la radiodifusión, pero por otro lado el ámbito de la comunicación no es ajeno a nosotros, ya que trabajar y comunicarse con las personas es clave en turismo. Por ello la propuesta constituye una oportunidad relevante de contactar con las personas, pero también hubo preparación, ya que la mayoría de los alumnos de la cátedra han cursado las materias: Mercadotecnia, Marketing y Promoción Turística y Técnicas de Venta y Atención al Cliente, en donde estudian teóricamente los medios de comunicación y el proyecto constituye una opción para conocerlos en forma práctica.

Además de los beneficios que el programa brinda a las asignaturas involucradas, constituye un gran aporte de *valor* a la grilla de programación de la FM UNPA, ya que el turismo es un tema relevante para nuestra ciudad y nuestra provincia, reviste el mismo un carácter estratégico en su desarrollo.

Sin lugar a dudas ese valor se ve incrementado cuando pensamos además que la Universidad se acerca a la Comunidad, no con un saber distante, sino con un espacio de mutuo aprendizaje y cooperación, que consideramos desde la cátedra, un aporte valioso

para la formación de nuestros futuros profesionales de turismo y es lo que se pretende lograr con el presente proyecto radial.

EL PROYECTO: TOUR RADIAL

El presente proyecto fue desarrollado para participar del concurso de programas de radio de FM UNPA 99.9 MHz, durante noviembre de 2011 según los requerimientos de la Ordenanza N° 147-CS-UNPA.

Luego del correspondiente proceso del concurso, la propuesta de Tour Radial fue aprobada y desde el 18 de mayo de 2012, se inició la puesta al aire del programa.

Durante el año 2012 y hasta el 31 de Mayo del corriente año el programa era grabado y se emitía a las 18 horas. Fue recién a partir de 07 de Junio de 2013 que se comenzó a transmitir en vivo, lo cual necesito de la adaptación de las secciones y la forma de trabajo. La emisión del programa se realiza de marzo a diciembre debido al calendario académico que establece la UNPA y que el personal que trabaja en la misma forma parte del claustro no docente.

A continuación desarrollaremos los principales aspectos del proyecto desde sus inicios hasta su actual formato.

Objetivos del Programa de Radio

- Acercar nuestra Universidad a la Comunidad a través del turismo.
- Brindar información turística relevante para la audiencia, en un lenguaje simple y útil al momento de viajar.
- Disponer de un medio creativo para la generación de ideas para el desarrollo de proyectos turísticos recreativos.
- Adquirir información de la planta turística local y la demanda turística.
- Profundizar en los alumnos el conocimiento de las herramientas de comunicación turística.
- Generar un espacio donde los alumnos se contacten con empresas turísticas locales como sus potenciales empleadores.
- Incorporar en los alumnos una visión más amplia de su perfil y futuro quehacer profesional.

EL CONCEPTO DE NUESTRO PRODUCTO

“**Tour Radial**”, es el nombre de nuestro programa, un magazine turístico recreativo. El nombre se debe obviamente a nuestra formación turística y por otro lado el formato variado que pretendemos exponer. Es por ello que estas dos palabras representan de manera explícita la actividad propuesta como producto. Nuestro logo es el pingüino magallánico ya que es una especie representativa de la Patagonia y en particular de la zona aledaña a Río Gallegos.

En nuestro espacio tiempo le proponemos a la audiencia un pequeño viaje por algún lugar, conocer sus inquietudes, brindarles nuestras sugerencias y apreciaciones en distintos aspectos vinculados al turismo y el tiempo libre.

Ficha técnica del Programa de Radio a Noviembre de 2013

Emisora:	FM UNPA 99.9 MHz
Director:	Ricardo Asisten
Operación y Dirección Técnica:	Karina Vanesa Ojeda
Formato:	Magazine turístico recreativo
Frecuencia:	1 salida semanal
Modalidad:	En vivo
Duración:	1 hora
Horario:	Viernes de 11 a 12 horas Repetición: sábados de 15 a 16 hs
Target:	8 a 65 años

ACERCA DE LA FM UNPA

La Radio UNPA es un medio de comunicación de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral y de la sociedad en general. La radio se presenta como un espacio de democratización para la circulación comunicativa de las acciones y actividades que se desarrollan en la comunidad universitaria y sociedad en general. Para ello, tendrá en cuenta las diversas demandas y propenderá a generar intercambios con otras universidades y entidades científicas nacionales y extranjeras. La radio debe ser pluralista, democrática, participativa y federal.

Es miembro de Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA).

REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

Además del tiempo en el aire y el operador técnico, la realización del programa necesita contar con:

- Uso de líneas telefónicas durante el programa: para contactar a entrevistados o recibir mensajes de oyentes.
- Disponibilidad de estudio para grabar/salir en vivo: el programa se realiza en las instalaciones de la FM UNPA, ubicada en la ría, en la calle Gobernador Lista 729.
- Acceso a internet durante el programa: este requerimiento es muy importante, ya que permite actualizar nuestra información de última hora, el estado del tiempo y nos comunica con el público. También era vital contar con conexión, ya que se había previsto el desarrollo de un sitio web del programa: Facebook, blog, etc.

Sitios web: En este último requerimiento, fue responsabilidad de la producción del programa la realización del sitio web destinado a contactar a la audiencia, se optó por usar una red social, ya que esta herramienta permite una interesante penetración en poco tiempo,

lo que permitió un canal de contacto directo para algunas secciones del programa, contestar interrogantes de los oyentes, recibir sugerencias, entre otras interacciones que se dan. Más adelante volveremos sobre las herramientas web empleadas en el proyecto.

CONTENIDOS /SECCIONES

La duración (o presencia) de las siguientes secciones depende de las características o volumen de información, que para una emisión se produzca. Con lo cual la estructura no es fija, sino dinámica permitiéndonos adecuar en cada emisión aquellos bloques que se consideran más relevantes.

En algunos casos, se da mayor espacio a cuestiones vinculadas con los temas turísticos relevantes para la asignatura.

Las secciones del programa son las siguientes:

- **Notiturismo:** Espacio destinado a brindar noticias turísticas, que según la producción considere relevantes, las mismas son del ámbito local, nacional e internacional.
- **Música de viaje:** Sección musical de transición entre secciones, que busca compartir con la audiencia dicho espacio promoviendo a través de la interacción con la música diferentes situaciones de viaje.

En cuanto a la musicalización del programa, se destacan las preferencias de los oyentes, ya que se consulta sobre la música que los acompaña en sus viajes, también la producción seleccionará música, para amenizar las partes del programa que considere oportuno y con criterio amplio.

Con respecto al contenido musical del programa, en fechas específicas, como por ejemplo las Fiestas Patrias, se promueve nuestra música folklórica nacional, ya que se considera que la promoción de nuestra cultura popular es parte del turismo.

- **Entrevista:** Parte destinada a entrevistar a personas pertenecientes a diversas empresas que conforman la planta turística, la selección de las mismas se realiza en función de las necesidades de las cátedras o de los eventos que se realizan en nuestra ciudad. Esta sección permite a los alumnos interactuar de manera directa con empresarios y profesionales de distintas esferas, como así también participar en eventos educativos y culturales de la región.

Cabe destacar que esta sección, presenta una gran relevancia, ya que ha permitido tener en directo la palabra de importantes profesionales vinculados al turismo tanto local, nacional e internacional. Asimismo permite continuamente un intercambio con organismos públicos de turismo, ya que autoridades municipales y provinciales de turismo consideran el programa como un espacio importante donde comunicar las actividades que emprenden desde sus diversas áreas.

- **Foro:** Área de tratamiento de tema específico, el mismo es puesto a discusión en la web del programa (facebook y blog) o en ocasiones a través de vía telefónica, y así obtener las opiniones y preferencias de los oyentes.
- **Mi lugar favorito:** Espacio de intercambio con la audiencia donde se busca intercambiar cuales serían el o los lugares que son sus favoritos para pasar sus vacaciones o regresar siempre.

- **Guía de viaje:** Sección destinada a guiar al viajero que elige un destino puntual, los lugares serán seleccionados por la producción o bien surgirán del intercambio con la audiencia.

- **Un lugareño recomienda...:** Espacio destinado a que una persona nativa de un lugar nos brinde su sugerencia respecto de las actividades y lugares a visitar en su tierra.

A través de este espacio, se dio la posibilidad de participar a los alumnos de nuestra casa de estudios que son oriundos de otras localidades y que estudian en nuestra ciudad. Su participación es vital para comentar de primera mano los principales atractivos de su lugar.

- **Nos vamos de tapas...:** Sector donde nos ocupamos de comentar las opciones, novedades u otras apreciaciones vinculadas a la gastronomía local, nacional e internacional; como así también distintos elementos que la conforman, entre ellas, las fiestas nacionales, alimentos y bebidas representativas de un lugar o destino.

- **Destinos:** Sección destinada a la presentación general de un destino turístico local, nacional e internacional. Se desarrollan los principales atractivos, excursiones y sus precios, recomendaciones y otros datos relevantes para conocer y disfrutar de una ciudad.

- **Agenda del fin de, libros, museos, salidas, videos, espectáculos y más...:** En este apartado se pretende exponer las diversas actividades recreativas que se disponen localmente, como así también otras actividades vinculadas al uso del tiempo libre, realizando un recuento y sugerencia de dichas opciones, atendiendo la proximidad del fin de semana, considerando que nuestro programa se emite el día viernes, antesala del fin de semana.

LA PRODUCCIÓN

Dado que el programa se originó como un proyecto de una cátedra, la producción cuenta con la participación del docente a cargo y un staff de alumnos de varias cátedras que se fueron incorporando con el transcurrir de las temporadas.

El estilo de conducción es informal, coloquial, sin poner distancia con el oyente, pero cuidando de mantener un vocabulario acorde a nuestro nivel educativo, ya que también se pretende difundir nuestra disciplina.

		2011	2012	2013
Equipo de Trabajo	Profesores	Lic. Alejandra Álvarez	Lic. Alejandra Álvarez Tec. Natalia Villanueva	Lic. Alejandra Álvarez Tec. Natalia Villanueva

	Alumnos	Natalia Villanueva Marianela Knappe Carolina Caliva Mariana Carcamo Rocío Jurado Silvana Bilbao Daniela Ruiz Marcelo Bortheiry	Nerina Blasco Ariel Almendras Carolina Aramayo Celina Gordillo Rocío Jurado Marcelo Bortheiry Carolina Caliva	Anahí Gallegos Alejandra Acevedo Marcelo Bortheiry Vanina Oyarzo Yoana Chardullo Matías Zeballos Rocío Albornoz Nerina Blasco Ariel Almendras Rocío Jurado
Desarrollo		Estos integrantes fueron los encargados de realizar el piloto y demo que participó en el concurso. Cada uno de estos procesos se encuentra documentados en video y foto. http://tourradial.blogspot.com.ar/2012/07/demo-2011_09.html	Durante el transcurso del primer año, 2012, se trabajó con los segmentos establecidos y se realizaron programas especiales con temáticas puntuales como las celebraciones de fechas patrias, el día de la tradición, el día del turismo y festividades locales. Los programas eran grabados y se transmitían los viernes en el horario de las 18 hs.	En la segunda etapa del Tour Radial se renovó en parte el equipo de producción y pasó por varios cambios a partir del primer programa en vivo emitido el 7 de junio del corriente año. A partir de este nuevo horario el programa contó con audiencia distinta, por lo cual se incluyeron dos nuevas secciones. Ellas son notí curiosas y tips de viaje.

Operativamente la construcción del programa se realizó en principio mediante el uso de determinadas horas de clase o reuniones planificadas, junto a horas de trabajo online en las herramientas enunciadas a continuación. Pero desde la segunda mitad del año 2012 este trabajo de producción pasó a realizarse casi íntegramente de manera on-line. Con reuniones virtuales a través de la red social de facebook, empleando los grupos de las asignaturas involucradas habilitadas en dicha red social y sus sistemas de mensajerías. También se emplea Google docs y sus sistemas de mensajería y chat, para trabajar colaborativamente en la construcción del programa.

Para generar algunos de los contenidos de las secciones se participa de de las charlas, conferencias y diversos eventos, para obtener material original para nuestro programa. En cuanto a los aspectos técnicos, debemos mencionar el uso de celulares y grabadores digitales, que son los elementos en que se soporta las entrevistas, que luego se procesan en diversos programas para emitirlos en la radio.

La producción de cada programa se realiza en una grilla con el Google Docs, compartida con todo el grupo de trabajo. En ella se enumeran las distintas secciones propuestas en el proyecto y se van seleccionando y resumiendo los contenidos.

Esta herramienta entre otras y diversas aplicaciones de la web, son las que empleamos para la producción del programa. Dada la importancia de las mismas en nuestro proyecto nos dedicaremos a continuación a explayarnos sobre el papel de las TIC en nuestro programa de radio.

LAS TIC EN TOUR RADIAL

Tal vez lo primero que deberíamos comentarles, es que como tantas otras emisoras del mundo, nuestra radio la FM UNPA, sale al mundo por Internet. Sin lugar a dudas las TIC transformaron los medios de comunicación y la radio no escapa a este fenómeno.

El quehacer de las emisoras y proyectos radiofónicos, debieron adecuarse y reflexionar sobre diversas cuestiones como la tecnología, las llamadas «nuevas tecnologías», la digitalización y la multimedialidad.

La producción es uno de los espacios que más se modificó. En nuestro trabajo realizando el programa empleamos numerosas herramientas y aplicaciones. A continuación les comentaremos algunas de las cuales nos han permitido desarrollar nuestro programa.

Espacios de trabajo colaborativo: les comentamos precedentemente que todo el armado del programa se realiza en Google Docs, un procesador de texto online que permite crear y dar formato a documentos de texto, además de colaborar con otras personas en tiempo real.

Entre las herramientas de la web 2.0 que empleamos en nuestro programa son:

Blog del programa: Creado en julio de 2012, este sitio web en el que el contenido se ordena cronológicamente, contribuye a promocionar el programa de radio, además de brindar un espacio que sirve para exponer producciones propias de los alumnos, y de allí se comparten a los otros espacios del programa. El sitio fue desarrollado en la plataforma Blogger.

<http://tourradial.blogspot.com.ar/>



The screenshot shows a Blogger blog page for 'tourradial.blogspot.com.ar'. The page title is 'TOUR RADIAL FM UNPA 99.9 MHZ' and the subtitle is 'Tour Radial, es el blog del programa que se emite por FM U...'. There is a search bar on the right. The main content area features several posts, each with a date tag 'NOV 18'. The posts are:

- Viajando con Tour Builder, la nueva herramienta de Google Earth**: Te invitamos a compartir el viaje de Joana Charullo, alumna de la carrera de Turismo UNPA-UARG.
- Viajando con Tour Builder**: El viaje de Daiana Centurion, alumna de turismo de UNPA-UARG.
- Viajando con Tour Builder**: Te dejamos el viaje que conto Bortheiry Marcelo, alumno de la carrera de turismo de la UNPA-UARG.
- Como usar Tour Builder para contar tus viajes**: Te invitamos a ver el tour que nos preparo Carolina Vidal, alumna de la carrera de turismo UNPA-UARG.
- Usando Tour Builder de google earth**: Te invitamos a ver el tour que nos preparo Alejandra Acevedo, alumna de la carrera de turismo UNPA-UARG.
- Usando el Tour Builder:** El tour de Vanina Oyarzo, alumna de turismo de la UNPA-UARG. URL: <https://tourbuilder.withgoogle.com/builder#play/ahJzfm3ZWltdG91cmJ1aWxkZXJyEQsSBFRvdXIYglCAwKDOpg>

At the bottom, it says 'Plantilla Dynamic Views. Con la tecnología de Blogger.'

Las producciones originales posteadas en el blog sobre diversos temas turísticos son

desarrolladas en las siguientes asignaturas: Técnicas de Ventas y Atención al Cliente, Marketing Turística, Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos y Práctica Profesional II, Actualmente estamos ensayando para lo que será el futuro proyecto magazine turístico puntualmente buscando la formación de opiniones y criterios propios por parte del alumnado de la carrera. También estamos investigando la última herramienta del Google Earth denominada Tour Builder en la cual los alumnos cuentan sus propias experiencias de viaje con esta herramienta interactiva. Dichos trabajos ya están publicados en nuestro blog.

Facebook del programa: Creado desde el 09/05/2012, este espacio en las redes sociales ha permitido dar difusión al programa, se cuelga allí una grabación del programa, piezas publicitarias, etc. a la vez que configura un espacio donde se linkean las noticias más importantes de turismo semana a semana, del ámbito local, nacional e internacional.

<https://www.facebook.com/pages/TOUR-Radial-FM-UNPA-999-MHz/411054362248901>



The image shows a screenshot of a Facebook page for 'TOUR Radial - FM UNPA 99.9 MHz'. The page has a blue header with the Facebook logo and a search bar. The main content area features a cover photo with the text 'Día de la música 22 de Noviembre' and a penguin mascot. Below the cover photo, the page name 'TOUR Radial - FM UNPA 99.9 MHz' is displayed, along with a 'Me gusta' button showing 338 likes. The page is categorized as 'Emisora de radio' and 'Magazine Turístico Recreativo'. The right sidebar shows a recent post from 2013 about tennis.

Las redes sociales son sitios web que se proponen facilitar la generación de grupos, comunidades o espacios de intercambio entre los usuarios. Son de uso gratuito y muy sencillo de utilizar. Los distintos sitios que albergan redes sociales tienen distinta adhesión según cada país. Con 500 millones de usuarios, Facebook es la red social más utilizada del mundo y la más usada en nuestro medio, es por ello que la elegimos.

Dentro de este espacio desarrollamos por ejemplo la sección del Foro, donde la pregunta de la semana era subida en la aplicación de pregunta que tenía en sus inicios Facebook, actualmente esta aplicación no está disponible. Por ello se recurrió a otras aplicaciones gratuitas y compatibles con el sitio, como por ejemplo **Fan Survey**, y actualmente se está empleando la opción del **Formulario** de **Google Docs**, que permite realizar encuestas.

Encuesta Tour Radial

***Obligatorio**

¿Qué destinos elegirías para mandar a tu peluche (o al pingüino de tour radial) a conocer? *

A partir de la noticia curiosa titulada "Turismo para peluches es furor en Japón" (<http://www.espectador.com/noticias/278235/increible-turismo-para-peluches-es-furor-en-japon>) te preguntamos...



Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google. 100%: has terminado.

A través de la página de Facebook del programa también hemos podido tener una referencia sobre el alcance del mismo. El sitio brinda estadísticas que permiten conocer a la audiencia.





Descripción

Clics en "Me gusta"

Alcance

Visitas

Publicaciones

Personas

Tus fans

Personas a las que has llegado

Personas que interactuaron

Personas a las que les gusta tu página

Mujeres

70%

Tus fans

46%

Todo Facebook

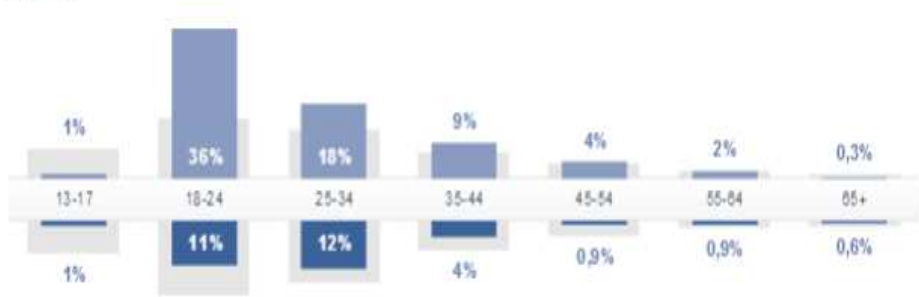
Hombres

30%

Tus fans

54%

Todo Facebook



Pais	Tus fans	Ciudad	Tus fans	Idioma	Tus fans
Argentina	325	Río Gallegos, Santa Cruz, ...	218	Español	257
Alemania	3	Puerto Río Gallegos, Sant...	12	Español (España)	72
Chile	2	Buenos Aires, Distrito Fed...	10	Inglés (Reino Unido)	4
México	2	Corrientes, Argentina	7	Inglés (Estados Unidos)	3
Guatemala	1	San Salvador de Jujuy, Juj...	6	Francés (Francia)	1
Venezuela	1	Córdoba, Cordoba, Argent...	5	Indonesio	1
Paraguay	1	La Plata, Buenos Aires, A...	4		
Estados Unidos de América	1	Río Turbio, Santa Cruz, Ar...	3		
Reino Unido	1	Jujuy, Argentina	3		
India	1	Salta, Argentina	3		
		Düsseldorf, Nordrhein-We...	3		
		Comandante Luis Piedra B...	3		
		Mendoza, Argentina	3		

El uso de esta herramienta requiere gestionar el sitio, para lo cual hay cuatro administradores asignados quienes se encargan diariamente de postear las principales noticias turísticas, lo cual requiere previamente de un relevamiento de los principales portales de noticias turísticas a nivel local, nacional e internacional. Así mismo cada día se cierra la jornada con un video musical que invita a arrancar la siguiente jornada. Esta actividad, de alguna manera, hace extensiva la sección música de viaje del programa radial a nuestro sitio en facebook en donde el repertorio musical es seleccionado por la audiencia a través de mensajes y los administradores.

También se postean diariamente los principales eventos que se realizan en nuestra ciudad y lo mismo ocurre con las efemérides locales y nacionales.

Youtube: es un [sitio web](#) en el cual los usuarios pueden subir y compartir videos, es muy popular gracias a la posibilidad de alojar videos personales de manera sencilla. Es por ello que optamos por colgar en este sitio nuestros videos del programa.

<https://www.youtube.com/watch?v=538I06fdUn4>



Un **portal para intercambiar archivos de sonido** es un sitio web en el que radios, centros de producción, comunicadores/as y público en general pueden intercambiar y compartir sus realizaciones sonoras. Este tipo de sitio permite publicar y descargar en forma sencilla archivos de audio. También permite buscar las producciones de acuerdo a su contenido temático o a su procedencia. Una utilidad significativa de los portales es que permiten la suscripción a través de un agregado de noticias, como Google Reader, o un cliente de correo como Thunderbird. De esta manera, el usuario puede recibir un aviso cuando en el portal se publica un archivo sonoro nuevo.

Un **podcastes** un archivo de audio que se publica en un sitio web para ser escuchado on-line o descargado a una computadora, un teléfono celular o un reproductor de archivos de sonido portátil.

Eventos del Proyecto: Tour Fest I 2012 – Tour Fest II: Destino Hawaii 2013

Con el fin de promocionar el programa y la carrera de turismo, se trabajó articuladamente para realizar una fiesta cuyo objetivo también incluía recaudar fondos para los viajes de estudio de la carrera y proveer los elementos para los proyectos, como por ejemplo la adquisición de un grabador digital para realizar las entrevistas para la radio, que fue posible gracias a la ejecución de estos eventos, que este año se realizó por 2º vez. Estos eventos proporcionaron a los alumnos de las cátedras involucradas, poner en prácticas diversos contenidos teóricos adquiridos.

Con esta propuesta se sumaron alumnos de todos los años de la carrera y de las cátedras Técnicas de Ventas, Marketing Turístico y Práctica Profesional. Cada uno de estas materias con objetivos de trabajos establecidos con el fin de cubrir todos los aspectos organizacionales del evento.

El Tour Fest del año 2012 no presentó una temática definida pues fue un producto nuevo auspiciado por la universidad y la carrera de Turismo. El mismo se realizó el viernes 12 de octubre en un local bailable de moda de esta ciudad y la promoción del mismo comenzó en el mes de septiembre, al igual que la venta de entradas anticipadas con sus puntos de venta online a través de los alumnos y los stands promocionales dispuestos en la universidad. Además de los grupos mencionados ayudaron con la promoción el centro de estudiantes de la universidad y el Club Veril. Este último es un grupo de jóvenes de distintas edades que realizaba fiestas en el local bailable mencionado anteriormente quienes se acoplaron a la movida del Tour Radial participando del evento y colaborando con la promoción del mismo.

Para el año 2013 se presentó un nuevo desafío cuyo objetivo era superar ampliamente las expectativas con respecto al evento anterior no sólo de los participantes involucrados sino que también se generó interés en la comunidad universitaria que la posicionó como una opción recreativa nocturna para los estudiantes.

Para ello se creó una comisión de alumnos organizadores quienes tomaron las iniciativas del desarrollo del concepto propuesto y las decisiones inherentes al evento. El primer desafío, fue la elección de la temática, desarrollada a partir de la conocida herramienta Brainstorming. La participación generó varias propuestas para la temática de la fiesta, luego se debió tamizar la misma a partir de una votación. Saliendo elegido el concepto de fiesta hawaiana.

Tour Fest II Destino Hawaii fue el título seleccionada para esta ocasión. El grupo de trabajo necesito definir, en primer lugar, las estrategias de comunicación y en segundo lugar, se dispuso la elección adecuada de la ornamentación para este tipo de temática. Razón por la cual, se trabajó conjuntamente con la Escuela Polivalente de Arte N° 1 “GüerAike” donde los alumnos participaron desarrollando distintas propuestas para el concepto de ornamentación. Los elementos decorativos distintivos fueron los tótems, modelos vestidas de hawaiana, antorchas, collares, flores y guirnaldas alusivas al concepto *Aloha* posicionado en la mente de los consumidores como parte de la identidad del destino. Uno de los atractivos dentro de la fiesta fue la animación a través de shows en vivo de distintas escuelas y academias de baile de nuestra ciudad.

Para esta ocasión la fecha elegida fue el viernes 27 de septiembre del corriente año con el objetivo de conmemorar el Día Internacional de Turismo, ya que en la ciudad no había ningún evento que conmemore dicho día, razón por la cual, la apertura de esta fiesta tuvo un

Brindis con empresarios del sector, autoridades a nivel provincial y municipal, profesores y alumnos de la carrera.

Cada uno de estos productos necesitó de la elaboración de un proyecto y objetivos propios a cumplir. En particular el Tour Fest genero un espacio para que los alumnos pongan en práctica los conceptos básicos de relaciones públicas y la organización los eventos, conceptos básicos en la formación integral del turismo.

Tour de Regalos, una acción promocional del proyecto.

A través de los diferentes productos que estamos trabajando se aspira desarrollar una estrategia de comunicaciones integradas de marketing de nuestra carrera para la unidad académica de Río Gallegos, que nos permita dar cabida a la práctica real para nuestros alumnos, pero que también constituyen un nexo productivo entre la Universidad y la Comunidad, generando valor para todos.

El objetivo de los eventos “Tour Fest” y “Tour de Regalos” fue poner en práctica las distintas técnicas de venta, y su aplicación práctica aplicada al contexto local. Para ello se procedió a la búsqueda de sponsors para ofrecer a la audiencia regalos y consignas que despierten el interés de participar a fin de exponer sus opiniones y experiencias. Además de ampliar los rangos de audiencias, edades, gustos cumpliendo así el objetivo de brindar información a la comunidad en general, además del alumnado universitario.

Esta iniciativa en su primer año tuvo una interesante participación de parte de las empresas locales auspiciantes y el público participante. En el segundo año de realización, supero nuestras expectativas la participación positiva de los empresarios locales que ayudaron y nos donaron los regalos, además hubo un considerable aumento en la participación, no solo por parte de la comunidad universitaria, sino también por parte del público en general.

Para el desarrollo de este producto se realizaron en primer lugar, las bases de concurso donde se determinaron los requisitos básicos de participación.

Algunas de las empresas que participaron fueron locales de ropa, librerías, gimnasios, peluquerías, perfumerías, supermercados, distribuidores, alojamientos, spa, restaurantes entre otros, para solicitar a través de una nota la donación de un elemento, a cambio el programa radial agradecerá a las empresas su colaboración de forma continua, debido a que el programa radial pertenece a la universidad nacional, y por ende le es imposible realizar publicidades. Además, durante el evento se presentaron en una pantalla los logos de las empresas que han participado del sorteo.

La promoción del Tour de Regalos se realizó con publicaciones dentro como fuera de la radio para dar a conocer el sorteo. Se usaron las redes sociales a través de la creación de la herramienta eventos dentro del facebook, el programa radial y el blog (www.tourradial.blogspot.com.ar). Además se utilizarán medios gráficos públicos.

Sin lugar a dudas, el programa de radio originó otros productos y despertó otras inquietudes que fueron más allá del medio tradicional como la radio. Al punto que en agosto de 2013 concursamos y ganamos otro nuevo proyecto de extensión para desarrollar un sitio web on line especializado en turismo, este proyecto está en sus etapas iniciales.

OPORTUNIDADES QUE BRINDO EL PROGRAMA

En el presente año es grato para nosotros contar con un integrante del equipo de producción que participó de la evaluación habilitante como Locutor Local que realizó la Autoridad Federal de

Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) junto con el Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (ISER) el 30 de agosto del corriente año.

Otra de las oportunidades que se presento fue la participación de integrantes del equipo en distintos cursos y capacitaciones, no solo de la temática turística sino también en el ámbito de la comunicación social.

CONCLUSIONES

De alguna manera aspiramos a conformar una estrategia de comunicaciones integrales de marketing para nuestra carrera a través de estos distintos productos por lo cual durante el transcurso del próximo año 2014, aparte de implementar el último proyecto aprobado ya empezamos a trabajar en la generación de propuestas para un programa turístico televisivo. De esta manera tendremos presencia en diversos medios de comunicación donde los alumnos de las distintas asignaturas tendrán la oportunidad de llevar a la práctica lo aprendido a lo largo de su carrera.

La propuesta global parte de una visión y convencimiento que las nuevas tecnologías deben ser conocidas y apropiadas por los futuros profesionales del turismo, ya que la actividad turística no escapa al proceso de incorporación de las Tics en todo su campo de actuación. Y más allá de que dichos conceptos, a veces se imparten teóricamente dentro de las cátedras, es fundamental el proceso de asimilación práctica de estos nuevos profesionales en turismo.

El turismo, además de una industria que contribuye al desarrollo económico y social, es también una práctica cultural y comunicativa. Hoy, las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) han transformado la industria del turismo: Internet ha cambiado radicalmente la forma en que los consumidores planifican y compran sus vacaciones; asimismo, ha influido en la manera en que los proveedores turísticos promocionan y venden sus productos y servicios. El empleo de las TIC para intercambiar información sobre productos y servicios permite a todos los agentes de la industria del turismo estar al corriente de los servicios que se ofrecen. Internet brinda una oportunidad para que los proveedores turísticos de los países en desarrollo puedan acceder a los clientes directamente. A través de sus sitios web pueden transmitir un sabor genuino, perspectivas únicas y una información local especializada que no puede ofrecer un gran proveedor internacional. Es por ello que nuestro proyecto trata sobre la construcción de un sitio web, con formato de magazine on-line, orientado al público especializado, ya que constituirá un espacio para pensar críticamente sobre el desarrollo turístico santacruceño.

BIBLIOGRAFIA

- ALVAREZ VALDES, Jesús y SPASSOV, Evgueni. El uso de Weblogs y Webquests como soporte de aprendizaje en la enseñanza universitaria de turismo, CETT, Universidad de Barcelona, 2006.
- ARAGON COBO, M., M. Errutia Cavero y M. Planelles Ibáñez (2007). El lenguaje del turismo en Alcaraz Varó, E., J. Mateo Martínez y F. Yus Ramos (eds.), 233-245.
- BOULLON ROBERTO. Los Municipios Turísticos. Ed. Trillas. México, 1999 3º Reimp.
- BOULLON ROBERTO. Marketing Turístico. Una perspectiva desde la planificación. Segunda Edición. Colección Temas de Turismo. Ediciones Turísticas, Argentina 2004.

- CASTELLS, M. «Comunicación poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política.» Publicado en Revista Telos. Madrid, Fundación Telefónica, 2008, Número 74. Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com>
- EIGLIER PIERRE Y LANGEARD ERIC. Servucción. El Marketing de Servicios. Serie McGraw-Hill de Management. Ed. McGraw-Hill, España 1998.
- GARCIA GAGO, S. Manual para radialistasanalfatécnicos. 100 respuestas para entender la tecnología de la nueva radio. Quito, Unesco, Radialistas.net, Radioteca.net, 2010. Disponible en: <http://www.analfatecnicos.net>
- GOMEZ,G. «La radio y la televisión en la era digital» en AA.VV, Las mordazas invisibles. Nuevas y viejas barreras a la diversidad en la radiodifusión. Buenos Aires, AMARC ALC, 2009. Disponible en: <http://legislaciones.amarc.org>
- KOTLER P., BOWEN J., MAKENS J., RUFIN MORENO R., REINA PAZ M.D. Marketing para Turismo. Tercera Edición. Ed. Pearson Prentice Hall, Madrid 2004.
- KOTLER PHILIP. Dirección de la Mercadotecnia. Análisis, Planeación, Implementación y Control. Ed. Prentice Hall.
- LANQUAR ROBERT. Marketing Turístico. Ed. Ariel Turismo, Barcelona 2001.
- LIEBERMAN AL, ESGATE PATRICIA. La Revolución del Marketing del Entretenimiento. Acercando los magnates, los medios y la magia al mundo. Colección Management y Marketing. Fundación Universidad de Palermo, Nobuko, España 200
- LIVERANI, E Y CANALS JORDI. El discurso del turismo. Aspectos lingüísticos y variedades textuales. Ed. Trento. Italy, 2011.
- RIES TROUT, AL JACK. Posicionamiento. Mc Graw Hill, España 1994.
- SCHLÜTER REGINA G. Investigación en Turismo y hotelería. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Primera Edición. Argentina 2000.

ENLACES DE INTERES

- <http://tourradial.blogspot.com.ar/>
- <https://www.facebook.com/pages/TOUR-Radial-FM-UNPA-999-MHz/411054362248901?ref=hl>
- <http://www.fmunpa.com.ar/>
- <http://antenas-intervenciones.blogspot.com>
- <http://www.vivalaradio.org/>
- <http://www.radialistas.net/>