



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 – "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

02311

ANEXO I

**REGLAMENTO PARA EL LLAMADO A CONCURSO DEL  
FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 /  
PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA PRODUCTORAS /  
PROGRAMA SEMANAL**

**1. Nombre del Concurso**

Se denomina REGLAMENTO PARA EL LLAMADO A CONCURSO DEL FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA PRODUCTORAS / PROGRAMA SEMANAL al concurso cuyas bases y condiciones se encuentran establecidas en el presente Reglamento.

**2. Objetivo**

El objetivo del FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA PRODUCTORAS / PROGRAMA SEMANAL es fomentar la producción de programas de radio semanales. Se buscará fomentar la producción de contenidos de calidad, que aporten a la diversidad, la pluralidad, la construcción de ciudadanía y la inclusión social a través de la federalización de la producción.

Se entiende por Programa Temático Semanal a una emisión radiofónica que se caracteriza por enfocar un tema o cuestión específica, ya sea por la actividad y conocimiento propio de su equipo de producción, o por la población meta a la cual se dirige. En general, se ubica dentro del género periodístico,

AVZ	CO



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 – "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

0231

combinando segmentos musicales, informativos, de opinión, literarios, humorísticos, entre otros. Las posibilidades temáticas son:

- A. Infancia
- B. Juventud
- C. Salud Mental
- D. Género
- E. Adicciones
- F. Seguridad Vial
- G. Migrantes
- H. Ambiente
- I. Trabajo
- J. Cooperativismo
- K. Deporte
- L. Violencia institucional
- M. Otros

Su producción periodística se relaciona con el abordaje de cada una de esas cuestiones y su público se construye desde ese enfoque particular. El equipo de producción está formado por personas que conocen cada tema o audiencia específica, e incluye los distintos roles radiofónicos como conductor/a, columnista, operador, editor, etc. También pueden ser parte del programa los propios protagonistas (Ej: niños en la temática infantil, ex – adictos en la temática de adicciones, gays o lesbianas en la temática de género, etc.) El perfil musical del programa suele ser relacionado con el público o temática abordada y vinculado al perfil del medio. Tienen una duración mínima de media hora y una máxima de 1 hora, con una frecuencia de una vez por

RUB.	COD.
M	



F 0231

semana, de tal forma de poder lograr acuerdos de emisión dentro de la programación de otros medios.

### 3. Presentación del proyecto

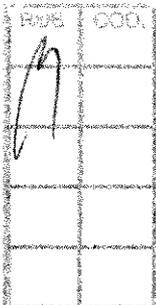
El "FORMULARIO I" de Presentación y los formularios complementarios, podrán obtenerse de la página web del AFSCA ([www.afsca.gob.ar](http://www.afsca.gob.ar)).

Los participantes deberán presentar un guión correspondiente a un programa radial con "PROGRAMA SEMANAL", el cual podrá ser un programa que ya está siendo emitido o ser un programa nuevo, debiendo cumplir con los siguientes requisitos:

- Duración del Programa: No menor a media hora ni mayor a 1 hora.
- Frecuencia: Semanal
- Período del ciclo: 6 meses (24 programas)

Los proyectos deberán ser presentados a través de un resumen general, un guión y una propuesta estética-narrativa que se completará en el FORMULARIO I / FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA PRODUCTORAS / PROGRAMA SEMANAL.

Adicionalmente, deberán presentar de forma obligatoria un CD con una demo que contenga la grabación de 60 minutos de programa para programas nuevos, o 3 bloques de 60 minutos en total de distintos programas para aquellos programas que ya se encuentren en el aire. El formato de la grabación deberá ser mp3, calidad no menor a 256 KBPS.





*Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual*

2015 – "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

F 0231

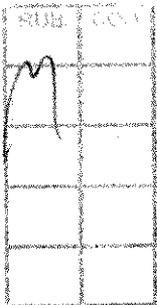
Durante el período en que esté abierto el concurso para la presentación de proyectos funcionará una mesa de ayuda virtual cuya dirección de contacto será: [fondoconcurstable@afsca.gob.ar](mailto:fondoconcurstable@afsca.gob.ar)

La presentación del proyecto importa, por parte de los solicitantes, el pleno conocimiento y conformidad con este Reglamento. El proyecto no podrá ser modificado con posterioridad a su presentación.

#### **4. Requisitos para la presentación del proyecto**

Sólo serán admisibles los proyectos que cumplan con los siguientes requisitos:

1. Realizar la inscripción online en el Registro FOMECA, al que se podrá acceder a través de la página web de AFSCA ([www.afsca.gob.ar](http://www.afsca.gob.ar)).
2. Subir al sistema de inscripción online en el Registro FOMECA, los archivos correspondientes a los formularios que exige completar el presente reglamento.
3. Imprimir la hoja de Inscripción en el Registro FOMECA e incorporarla como primera hoja de la Carpeta de Presentación del Proyecto.
4. Completar el FORMULARIO I / FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA PRODUCTORAS / PROGRAMA SEMANAL según lo establecido en el presente Reglamento.
5. El proyecto debe presentarse en un sobre cerrado, en cuyo frente se escribirá la leyenda "FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA PRODUCTORAS / PROGRAMA SEMANAL", Nombre del proyecto, Región por la que participa, Denominación de la entidad solicitante,





Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 - "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

- 0231

Localidad y Provincia. A tal efecto, la AFSCA proveerá la plantilla para ser completada, impresa y pegada en el sobre.

6. El sobre debe contener una carpeta impresa y anillada que conste de 4 partes: 1. Hoja de Registro FOMECA; 2. Documentación; 3. Proyecto; 4. Sobre con CD incluyendo el contenido digitalizado de la carpeta. Cada una de las hojas de la carpeta deberá estar foliada (numerada), y firmada por el representante de la entidad.
7. Documentación Requerida:

- 7.1. Hoja impresa del registro FOMECA realizado de forma online.
- 7.2. Fotocopia certificada de la Resolución de otorgamiento de la Personería Jurídica (para Personas Jurídicas sin fines de lucro) o Reconocimiento por parte del INSTITUTO NACIONAL DE ASUNTOS INDIGENAS (INAI) u organismo provincial competente (para Comunidades de Pueblos Originarios)
- 7.3. Fotocopia certificada de los Estatutos.
- 7.4. Fotocopia certificada del acta donde conste la última designación de autoridades.
- 7.5. Constancia de CUIT.
- 7.6. Constancia del CBU cuenta corriente/caja ahorro de la entidad.
- 7.7. Fotocopia certificada de la inscripción en el Registro Público de Señales y Productoras.
- 7.8. Formularios de alta de beneficiario de la entidad (3 formularios completados y uno de ellos certificado por la entidad bancaria según corresponda), para el pago del Tesoro de la Nación. (FORMULARIO III).
- 7.9. Último balance de la entidad.

PUB.	COD.
A	



7.10. Tres (3) Presupuestos con membrete de los proveedores.

8. Todas las hojas deberán estar firmadas por el representante de la entidad o en su defecto por el apoderado. En este caso deberá presentar copia del poder que lo acredite como tal, en los términos del artículo 31 y siguientes del Reglamento de Procedimientos Administrativos, Decreto N° 1759/72 (T.O. 1991).

Cuando se adjunten fotocopias de documentos exigidos en el presente reglamento, éstas deben hallarse certificadas por Entidad Bancaria; o Registro Civil; o Autoridad Judicial Competente; o Escribano Público; o por la máxima autoridad administrativa de la Delegación del AFSCA, en cuya jurisdicción se encuentra la localidad donde se presta el servicio. Para aquellas entidades que prestan servicios en la CABA, la certificación de la documentación presentada podrá ser realizada por el/la Director/a de Proyectos Especiales.

9. Solo serán considerados gastos elegibles para el cálculo de inversión del proyecto aquellos que estén vinculados en forma inequívoca al objeto del proyecto, contribuyan al logro de los resultados previstos en su formulación y que respeten el principio de independencia del proveedor.

#### 5. Postulantes

Podrán ser postulantes al FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA PRODUCTORAS / PROGRAMA SEMANAL:

Personas jurídicas sin fines de lucro, y comunidades de pueblos originarios inscritas en el Registro Público de Señales y Productoras.

RECE.	OTRO.



- 0231

No podrán participar de ésta convocatoria aquellas personas jurídicas sin fines de lucro que cuenten con licencia, reconocimiento vigente de servicios de radiodifusión sonora o cuenten con número de empadronamiento de acuerdo a lo establecido en la Resolución N°1478-AFSCA/2014 y las comunidades de pueblos originarios que cuenten con autorización vigente de servicios de radiodifusión sonora.

#### 6. Proyectos elegibles y montos

Se financiarán montos de hasta PESOS OCHENTA MIL (\$80.000) por cada uno de los proyectos ganadores.

#### 7. Géneros, Temáticas y Públicos

Los programas a presentar deberán abordar alguna de las siguientes temáticas:

**A. Infancia:** Esta temática tiene como principal premisa su público destinatario, caracterizado por niños y niñas de entre 6 y 12 años. Los contenidos pueden ser de los más variados, tales como juegos, radioteatros, segmentos educativos, de historia, vinculados a la salud, al cuidado del cuerpo, a su barrio, comunidad, provincia, región, y en especial todo lo relacionado a los derechos de niños, niñas y adolescentes. La participación de los propios chicos/as en la producción y puesta en el aire de los programas le otorga a los mismos un elemento fundamental, que es su reconocimiento como sujetos con voz y palabra propia.

**B. Juventud:** Esta temática tiene como principal premisa su público destinatario, caracterizado por jóvenes de entre 13 y 24 años. Los contenidos

RUB.	COD.



pueden ser de los más variados, tales como juegos, radioteatros, segmentos educativos, de historia, vinculados a la educación, al trabajo, a la participación política, a los consumos culturales, a su barrio, comunidad, provincia, región, y en especial todo lo relacionado a los derechos de los jóvenes. La participación de los propios jóvenes en la producción y puesta en el aire de los programas le otorga a los mismos un elemento fundamental, que es su reconocimiento como sujetos con voz y palabra propia.

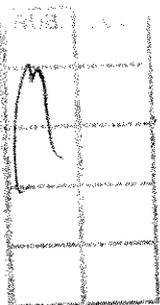
**C. Salud Mental:** Se busca estimular producciones que aborden la temática de la Salud Mental desde una perspectiva de derechos y de acceso a servicios en la comunidad, priorizando la participación directa de los afectados.

Está destinado a instituciones, asociaciones, organizaciones en general que aborden esta temática y a personas en tratamiento, rehabilitación, en proceso de reinserción o que hayan atravesado experiencias psiquiátricas.

El destinatario de estas producciones es el público en general ya que es en lo social donde la figura de las personas con diagnóstico de enfermedad mental se erige de manera mítica y estigmatizada.

El protagonismo de los propios usuarios de servicios de salud mental o de asociaciones, cooperativas, clubes, grupos formadas por ellos es un elemento fundamental ya que implica en sí mismo el ejercicio de derechos y la puesta en práctica de la palabra en nombre propio, legitimando maneras diversas de entender el mundo y a los otros.

**D. Género:** En esta línea se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto promover una imagen igualitaria de mujeres, lesbianas, gays y personas trans. Los contenidos deberán apuntar a: a) remover los patrones socioculturales que promueven y sostienen la desigualdad de género; b) aportar una mirada crítica respecto de los mensajes, valores, íconos o signos





023 N

que transmiten y reproducen dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales; c) difundir información acerca de los derechos específicos de estos colectivos y las políticas públicas desarrolladas para garantizarlos y d) dar cobertura a charlas, congresos, movilizaciones y cualquier otro tipo de actividad que tenga por fin promover la igualdad de género y/o eliminar restricciones en el acceso a estos derechos.

**E. Adicciones:** Esta temática tiene como principal premisa su público destinatario, caracterizado por adolescentes y jóvenes. Los contenidos pueden ser variados, tales como radioteatros, historias de vida, vinculados a sus espacios de pertenencia, al barrio donde viven, su comunidad, su región, su provincia y en especial al desarrollo de proyectos de vida que permitan la reinserción social, laboral y cultural de los jóvenes con consumos problemáticos de sustancias y alcohol. La participación de este grupo etario en la producción y puesta en el aire de los programas le otorga a los mismos un elemento fundamental, que es su reconocimiento como sujetos de derecho con voz propia.

**F. Seguridad Vial:** En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto difundir las acciones tendientes poner la cuestión de la seguridad vial en un espacio cada vez más importante de la agenda pública, tanto a nivel nacional como provincial y municipal, con el objetivo de promover e impulsar una nueva cultura vial destinada a mejorar la calidad de vida de la población; realizar acciones de difusión y comunicación destinadas a contribuir a la reducción de los siniestros viales en los que muchas personas jóvenes pierden su vida o la dañan irremediablemente, sobre la base de que dichos siniestros son evitables a partir de una mayor conciencia ciudadana y un aumento en el nivel de educación vial.

RUB.	COD.
1	



F 023 11

**G. Migrantes:** En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto difundir y promover la perspectiva de derechos humanos en el contexto de la migración. Los contenidos deberán apuntar a: a) reflexionar acerca del lazo entre inmigración, diversidad y derechos; b) difundir información que contribuya a prevenir y desarmar los discursos, creencias y prácticas xenófobas a la vez que permita construir una concepción de igualdad que reconozca las diferencias nacionales, étnicas y culturales sin presentarlas como obstáculos para el acceso a derechos de las personas migrantes; c) dar cobertura a charlas, congresos, jornadas y difundir cualquier otro tipo de actividad o publicación que tenga por fin promover el acceso efectivo de los derechos humanos por las personas migrantes.

**H. Ambiente:** En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto sentar las bases y difundir la temática ambiental, para la construcción de una sociedad sustentable. Los contenidos deberán apuntar a: a) promover y difundir prácticas que apunten al cuidado del ambiente b) visibilizar y aportar herramientas sobre el uso de los recursos naturales (la importancia de su preservación, su uso racional y la sobreexplotación de los mismos) c) difundir las problemáticas ambientales de cada territorio y los desafíos para afrontar las mismas d) dar coberturas a charlas, congresos, movilizaciones, y cualquier otro tipo de actividades que tengan por objetivo promover, visibilizar, discutir sobre la temática ambiental en particular.

**I. Trabajo:** En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto promover una imagen positiva del aprendizaje de un oficio como parte del proceso de inclusión social, de valorización de espacios laborales invisibilizados por la industrialización y la incorporación de nuevas tecnologías, de identificación inter-generacional (padre a hijos, abuelos) y de

ENB.	COG.

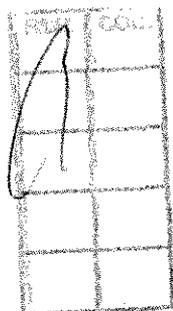


F 0231

acceso a la cultura. La pérdida de los oficios impacta tanto en el sistema productivo como en la merma del patrimonio cultural (ejemplo, la falta de luthiers para bandoneones, de sastres en la industria de indumentaria, etc). Las anécdotas en el mundo del trabajo, los procesos de generación de identidad y valorización social, el reconocimiento del esfuerzo a través del aprendizaje de un oficio o de la enseñanza del mismo, y el impacto positivo que tiene en la producción la participación de personas formadas en el "saber hacer", son algunos de los aspectos que se pueden abordar desde este tipo de temática.

**J. Cooperativismo:** En esta temática se encuentran aquellos programas cuyo objetivo es la promoción, desarrollo y difusión del cooperativismo, entendido éste como corriente de pensamiento social que promueve la organización de las personas para satisfacer de manera conjunta sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática. Este tipo de programas deberán servir para difundir las principales orientaciones y principios del cooperativismo, y potenciar a través de la comunicación y difusión todo tipo de actividades relacionadas con el desarrollo de la economía solidaria.

**K. Deporte:** En esta temática se encuentran aquellos programas cuyo objetivo es la promoción del deporte social, entendido éste como la práctica de actividades físicas y deportivas orientada a la población en su conjunto, sin discriminación de edad, género, condición física, social, cultural o étnica, diversa en sus manifestaciones, generadora de situaciones de inclusión, donde el deporte actúa como ámbito propicio para el desarrollo humano integral. Este tipo de programas deberán servir para difundir la competencia





F-0231

deportiva de base, otorgar espacios de comunicación a referentes de la práctica deportiva social tales como deportistas amateurs, entrenadores, dirigentes de clubes, establecimientos educativos, y otro tipo de instituciones sin ánimo de lucro, promover la incorporación de los hábitos deportivos en el estilo de vida de la población, y potenciar a través de la comunicación y difusión todo tipo de prácticas del deporte social como componente relevante del desarrollo humano.

**L. Violencia institucional:** En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto abordar la problemática de la violencia institucional desde una perspectiva de derechos humanos. Los contenidos deberán apuntar a: a) visibilizar y problematizar los casos de violencia institucional cometidos por agentes estatales en cumplimiento de sus funciones, en particular, aquellos pertenecientes a las fuerzas de seguridad y penitenciarias y a través del ejercicio abusivo e ilegal del poder punitivo estatal; b) difundir información sobre los derechos y los organismos públicos a los cuales acudir en caso de ser víctima de una práctica de violencia institucional; c) aportar una mirada crítica y desde los derechos humanos respecto de la seguridad ciudadana, las formas de prevenir los hechos de inseguridad, la cárcel y el encierro, la exclusión y la pobreza; d) difundir las publicaciones, jornadas, seminarios y demás actividades que aborden la problemática de la violencia institucional.

**M. Otros.**

**8. Subsidio**

Los proyectos que resultaren elegidos serán beneficiados con un aporte no reembolsable que sólo podrá ser utilizado para la ejecución del proyecto

RUB	CCO



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 – "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

- 0231

presentado. El subsidio cubrirá un monto de hasta el OCHENTA Y CINCO POR CIENTO (85%) de la totalidad del proyecto, debiendo las entidades complementar el mismo con un QUINCE POR CIENTO (15%) o más en concepto de contrapartida.

Las entidades podrán solicitar un monto menor del máximo estipulado para el subsidio, siempre y cuando mantengan la proporcionalidad establecida en el presente reglamento entre Gastos de Capital, Gastos Corrientes y Contraparte.

A modo de ejemplo, en caso de solicitar el máximo del subsidio, la distribución del mismo y la correspondiente contraparte será de la siguiente manera:

MONTO TOTAL DEL PROYECTO	No menor a	\$94.118.-	100%
SUBSIDIO	Hasta	\$80.000.-	85%
CONTRAPARTE	No menor a	\$14.118.-	15%

De esta manera, los proyectos ganadores deberán considerar un plan de inversión de por lo menos PESOS NOVENTA Y CUATRO MIL CIENTO DIECIOCHO (\$94.118.-), de los cuales la AFSCA subsidiará hasta el OCHENTA Y CINCO POR CIENTO (85%) de ese monto, que es equivalente a PESOS SETENTA MIL (\$80.000.-) y la entidad deberá aportar al menos el QUINCE POR CIENTO (15%) del monto total del proyecto, que equivale a PESOS CATORCE MIL CIENTO DIECIOCHO (\$14.118.-).

RUB.	COD.
M	



### 9. Destino de los fondos del subsidio

El subsidio podrá aplicarse a los siguientes ítems:

**1. GASTOS DE CAPITAL** (20% del Subsidio, equivalente a \$16.000.-).

**Insumos y Equipamientos:** Están incluidos en este rubro todos aquellos equipamientos tecnológicos tales como computadoras de escritorio, dispositivos TIC (notebook, tabletas, Smartphone, etc.), grabador (reporter), micrófono, auriculares, cables y conectores, híbrido telefónico, consola de exteriores, receptor de señal de celular, etc.

**2. GASTOS CORRIENTES** (80% DEL Subsidio, equivalente a \$64.000)

**2.A. RECURSOS HUMANOS** (60% del Subsidio, equivalente a \$48.000-).

Están comprendidas en este rubro las erogaciones correspondientes al pago de honorarios profesionales necesarios para la producción de los programas.

**2.B. GASTOS DE PRODUCCIÓN** (20% del Subsidio, equivalente a \$16.000)\*.

Están comprendidas en este rubro las erogaciones correspondientes al pago de servicios provistos para la producción de los programas tales como viáticos, telefonía celular, librería, etc.

Los gastos de capital deberán cubrir el **VEINTE POR CIENTO (20%)** del subsidio otorgado, que corresponde a **PESOS DIECISEIS MIL (\$16.000.-)** mientras que los gastos corrientes cubrirán el otro **OCHENTA POR CIENTO (80%)**, equivalente a **PESOS SESENTA Y CUATRO MIL (\$64.000.-)**, en el caso de solicitar el monto máximo del subsidio equivalente a **PESOS OCHENTA MIL (\$80.000)**

RUB.	...



- 0231

Si el subsidio solicitado u otorgado fuera menor al monto máximo determinado en el presente reglamento, la entidad ganadora deberá respetar la proporcionalidad entre Gastos de Capital, Gastos Corrientes y Contraparte, adaptando el proyecto de inversión acorde al monto aprobado.

#### 10. Destino de los fondos de la contraparte

Los gastos de contraparte podrán aplicarse a los mismos ítems descritos en el punto anterior, "Destino de los fondos del subsidio", más gastos de alquiler, servicios corrientes (luz, agua, gas, Internet, etc.), catering, y otras erogaciones no contempladas en el subsidio, pudiendo asignarse sin restricciones ni límites porcentuales a cualquiera de los rubros en tanto y en cuanto cubran por lo menos el 15% de la totalidad de los gastos del proyecto. El esquema general de distribución del subsidio respecto de la aplicación de gastos y la contraparte, en el caso de solicitar el monto máximo del subsidio equivalente a PESOS SETENTA MIL (\$70.000) será el siguiente:

GASTOS DE CAPITAL	\$16.000.-
GASTOS CORRIENTES. RECURSOS HUMANOS	\$64.000.-
GASTOS CORRIENTES. PRODUCCIÓN	\$16.000.-
TOTAL SUBSIDIO	\$80.000.-
TOTAL CONTRAPARTE	\$14.118.-
<b>TOTAL PROYECTO</b>	<b>\$94.118.-</b>

RUBRO	COD.



0231

### 11. Gastos excluidos

No podrán incluirse en los gastos aplicados al proyecto correspondiente ninguno de los ítems que se señalan a continuación:

1. Reestructuración de deudas.
2. Recuperaciones de inversiones ya realizadas previamente a la selección de los ganadores del concurso
3. Pago de cesantías.
4. Compras de inmuebles.
5. Adquisición de bienes usados que no tengan afectación específica.
6. Impuestos, tasas, etc.
7. Compensación de facturas correspondientes a gastos que no correspondan al objetivo del Concurso.
8. Pagos realizados por un tercero por cuenta y orden de los solicitantes
9. Pagos con tarjetas de crédito o débito que no estén a nombre de las entidades beneficiarias.
10. Pagos en cuotas que no se encuentren totalmente cancelados.
11. Gastos bancarios
12. Compra de vehículos.

Si se detectaran durante la ejecución gastos de esta naturaleza, los mismos serán detraídos del monto del subsidio, aún en el supuesto en que se encuentren previstos en la formulación del proyecto.

RUB.	COD.
1	

### 12. Cronograma



El cronograma de implementación del FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / PROGRAMA SEMANAL prevé las siguientes etapas:

Etapa	Fecha
Inicio del Concurso	30 de Marzo de 2015
Cierre de presentación proyectos	28 de Abril de 2015
Anuncio de los seleccionados	3 de Julio de 2015
Entrega 1er. Desembolso	A partir del 22 de Agosto de 2015
Rendición del 1er. Desembolso	1 al 15 de Octubre de 2015
Evaluación de la rendición 1er. desembolso y entrega 2do. desembolso	15 al 30 de Octubre de 2015
Fecha finalización del proyecto	Hasta el 31 de Marzo de 2016
Rendición del Subsidio	Hasta el 29 de Abril de 2016

### 13. Competencia y distribución regional

Con el fin de garantizar una distribución federal en el fondo establecido para este concurso, los proyectos que pertenezcan a la misma región del país competirán entre sí y serán rankeados en la evaluación de acuerdo a la región de la que formen parte. A los fines expuestos se establecerán SEIS (6)

RUB	COD.
M	



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 - "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

F 023 N

regiones conformadas, en cada caso, por las provincias que se detallan a continuación:

- 1) **Región Centro Metropolitano:** Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires;
- 2) **Región Centro Norte:** Córdoba y Santa Fe;
- 3) **Región Noreste Argentino:** Misiones, Corrientes, Chaco, Formosa y Entre Ríos;
- 4) **Región Noroeste Argentino:** Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero;
- 5) **Región Nuevo Cuyo:** San Luis, San Juan, Mendoza y La Rioja;
- 6) **Región Patagonía:** La Pampa, Río Negro, Chubut, Neuquén, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida, e Islas del Atlántico Sur.

#### 14. Plazo de ejecución

El plazo total de realización del proyecto no podrá exceder los OCHO (8) meses a partir del anuncio de los ganadores, para lo cual se considerarán como válidos sólo los comprobantes que acrediten la ejecución del mismo con fecha no posterior al 31 de Marzo de 2016. La fecha límite para la presentación y rendición de los mismos será el 29 de Abril de 2016.

#### 15. Lugar y fecha de presentación de los proyectos

La presentación de los proyectos deberá realizarse en la Mesa de Entradas de la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, Suipacha 765, Piso 3º Frente, de la CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, en el horario de 9 a 17 horas o en cualquiera de las

RUB.	COD.
M	



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 - "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

02314

delegaciones de este Organismo del interior del país o por vía postal. Los proyectos se recibirán hasta las 17 horas del 28 de Abril de 2015.

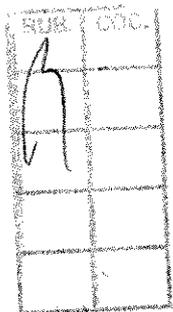
Los proyectos que se presenten a través de las delegaciones deberán contar con el sello en el sobre que acredita el día de recepción de los mismos, considerándose esta fecha como la única válida a los fines de la presentación.

Para los proyectos que se presenten por vía postal se considerará como válida la fecha del matasellos postal, la cual no podrá exceder la del 28 de Abril de 2015.

No se aceptarán presentaciones electrónicas ni aquellas efectuadas luego del horario y la fecha indicada para el cierre del concurso.

#### 16. Comité de Evaluación.

El Comité de Evaluación estará compuesto por CINCO (5) miembros, DOS (2) de los cuales serán propuestos por el CONSEJO FEDERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. Su conformación será comunicada públicamente en fecha previa al cierre de presentación de proyectos. Ningún miembro del Comité de Evaluación podrá integrar ni haber integrado en el último año (tomando como fecha de referencia el cierre de la presentación de los trabajos) los órganos administrativos de cualquiera de las entidades participantes del Concurso, ni mantener vínculos de consanguinidad o afinidad en primero y segundo grado con personas que formen parte, o lo hayan hecho el último año (a partir de la fecha del cierre de la presentación de los trabajos), de los órganos de administración o fiscalización de cualquiera de las entidades participantes del Concurso. En caso de corroborarse el mencionado vínculo la entidad resultará excluida del proceso de evaluación. Si ésta situación fuera detectada luego de ser elegida





Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 - "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

023 M

ganadora, la entidad deberá devolver la totalidad del subsidio a la AFSCA, independientemente de que hubiese realizado o no las erogaciones correspondientes a la producción del proyecto.

Para aprobar los proyectos, el Comité de Evaluación deberá contar con la firma de al menos 3 (TRES) miembros, uno de los cuales debe representar el CONSEJO FEDERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. El Comité de Evaluación podrá sesionar en una o más reuniones plenarias, siempre y cuando se cumpla el quórum establecido para ello.

Las decisiones del Comité de Evaluación serán notificadas a la Autoridad Federal, mediante las Actas del Comité de Evaluación.

#### 17. Entrega del producto

Los beneficiarios del subsidio deberán entregar en el plazo establecido (hasta el 29 de Abril de 2016), los CDs/DVDs con un número de programas producidos no menor a (VEINTICUATRO) 24, con un mínimo de media hora y un máximo de 1 hora de duración cada uno, con el objetivo de cubrir una programación total de SEIS (6) meses.

#### 18. Autoría del proyecto y los derechos de autor.

La autoría del proyecto deberá ser propiedad de las entidades participantes. Para ello, todas aquellas personas que hayan participado en calidad de autoras del proyecto deberán ceder los derechos del mismo a la entidad, eximiendo a la AFSCA de cualquier tipo de reclamo en el uso y reproducción del proyecto. Con el objeto de poder mantener los derechos de autor y al mismo tiempo, dado el carácter subsidiado y el origen público de los fondos,

RUB	CL
M	



permitir a otros medios, entidades y personas en general, copiar, distribuir, y hacer uso del trabajo presentado en forma parcial o total, los ganadores autorizarán a la AFSCA a inscribir sus respectivos proyectos en las licencias Creative Commons en la categoría Atribución-Compartir Obras Derivadas Igual (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.5/ar/>). Esta licencia permite, copiar, distribuir, exhibir y ejecutar la obra, hacer obras derivadas de la obra original y usar la obra comercialmente; todo ello a condición de que se atribuya la autoría sobre la obra en la forma en que haya sido especificada por el autor o el licenciante de la obra y las obras derivadas se compartan bajo la misma licencia de la obra original.

#### 19. Instancias y criterios generales de evaluación

La evaluación de los proyectos tendrá DOS (2) instancias:

En la primera se considerará la presentación del proyecto y la documentación de acuerdo a lo establecido en el presente Reglamento. Aquellos proyectos que no cumplan con los requerimientos establecidos para la presentación serán excluidos y no pasarán a la instancia del Comité de Evaluación.

La segunda instancia estará a cargo del Comité de Evaluación, quien elegirá a los mejores proyectos de acuerdo con los criterios de evaluación y considerando la grilla de evaluación. Las propuestas contendrán la información necesaria para que su evaluación sea posible a través del análisis de la calidad, y el aporte a la diversidad cultural y comunicacional del proyecto.

El Comité Evaluador determinará los montos que se asignen a cada uno de los ganadores, de acuerdo a la cantidad de proyectos presentados y a la consistencia entre los solicitado y lo que las entidades proyectan producir.

RUB.	CCD.
M	



## 20. Grilla de puntuación para la evaluación

El Comité de Evaluación juzgará los diferentes proyectos de acuerdo a la siguiente grilla:

Criterios de evaluación	Puntaje
1. Pertinencia y solidez de la temática	0-20
2. Metodología de investigación para el tratamiento de los temas y la producción	0-15
3. Tratamiento estético y narrativo	0-20
4. Originalidad de la propuesta	0-25
5. Asociativismo. Nivel de participación de diferentes sectores en distintas etapas del proyecto	0-10
6. Antecedentes equipo humano responsable de desarrollar el proyecto	0-10
<b>TOTAL</b>	<b>0-100</b>

Con respecto al punto 5 se considerará asociativismo a la participación de otras entidades, diferentes a quien presenta el proyecto, en las etapas de ideación, pre-producción, producción, pos-producción y/o difusión del proyecto, aportando conocimiento, experiencia, recursos, etc. En el caso de existir esta forma de producción colaborativa deberá ser desarrollada en la formulación del proyecto.

RUB.	COD.
M	

## 21. Irrecorribilidad de la decisión



Aprobado el proyecto por el Comité de Evaluación, el Directorio emitirá el acto administrativo de otorgamiento del subsidio, el que es irrecurrible en sede administrativa.

## 22. Convenio, desembolsos y rendición de cuentas

**1. Convenio:** Una vez seleccionados los ganadores y publicado en el Boletín Oficial, los beneficiarios deberán suscribir con la AFSCA el convenio correspondiente. El convenio debe ser suscripto por el representante de la entidad beneficiaria dentro del plazo de QUINCE (15) días corridos contados a partir de la notificación de la resolución que otorga el beneficio. En caso de que alguno de los seleccionados no se presente a la firma del convenio, se dará por decaído el derecho sobre el subsidio otorgado. El convenio incluirá la firma de una declaración jurada por parte de los ganadores, en la que se autorice a la AFSCA a gestionar (sin costo alguno para los ganadores), las respectivas licencias Creative Commons, para el uso compartido de los derechos de los trabajos presentados.

**2. Desembolso y rendición de gastos:** Durante los OCHO (8) meses que durará la ejecución de los proyectos la AFSCA realizará DOS (2) desembolsos. En virtud de ello el proyecto deberá establecer la utilización que le dará al primer y al último desembolso. El primer desembolso será por una suma equivalente al CINCUENTA POR CIENTO (50%) del monto total del subsidio, y se realizará luego de la firma del convenio y el segundo desembolso se realizará a partir del 15 de Octubre de 2015, previa aprobación de la evaluación intermedia del proyecto y sus respectivas rendiciones de gastos. Las rendiciones de los gastos deberán respetar los montos correspondientes del subsidio otorgado, discriminado entre gastos de capital y

RUE.	COD.
M	



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

- 0231

gastos corrientes y recursos humanos; al mismo tiempo se deberán respetar los montos correspondientes a los gastos del subsidio y de la contraparte, y los previstos para el primer y segundo desembolso.

Las rendiciones de los gastos del primer desembolso y de la respectiva contraparte, podrán realizarse erogados entre el 80% y el 100% del primer desembolso (o lo que es lo mismo entre el 40% y el 50% del total del subsidio), debiendo completarse el monto no rendido (en caso de no rendir la totalidad del primer desembolso) al finalizar el proyecto.

Los comprobantes de gastos presentados en las rendiciones deberán respetar los montos correspondientes del subsidio otorgado, discriminado entre gastos de capital y gastos corrientes y recursos humanos; al mismo tiempo, se deberán respetar los montos correspondientes a los gastos del subsidio y de la contraparte, y los previstos para el primer y segundo desembolso.

En el caso que por las características del proyecto de inversión una entidad deba durante la ejecución del primer desembolso realizar gastos que no respeten las proporciones entre los montos de Gastos de Capital y Gastos Corrientes transferidos, deberá compensarlos en la segunda etapa de la inversión indefectiblemente, de forma tal que al finalizar el proyecto dicha proporción se corresponda con lo establecido en el Reglamento. Esta situación deberá quedar perfectamente aclarada y justificada en la primera rendición para que ésta pueda ser aprobada.

Los excedentes de gastos de las facturas rendidas en el primer desembolso no podrán computarse para el segundo, de la misma manera que los excedentes de las facturas rendidas como gastos provenientes del subsidio no podrán computarse como gastos de contraparte y viceversa. Tampoco podrá utilizarse una misma factura para rendir gastos de subsidio y contraparte.




Todos los gastos, tanto los correspondientes al subsidio como los que surgen de la contraparte, deberán rendirse mediante facturas, con sus respectivos recibos, debidamente confeccionados de acuerdo a la normativa establecida por la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS (AFIP). No podrán presentarse como gastos del subsidio o de la contraparte compras o contrataciones realizadas previamente a la fecha de anuncio de los ganadores ni posteriores a la fecha de finalización del proyecto, estipuladas en el Cronograma del presente Reglamento.

**3. Evaluación:** El proyecto contará con una evaluación intermedia y una final, que realizará la Dirección de Proyectos Especiales del Organismo. La evaluación intermedia se efectivizará entre el 15 y el 30 de Octubre de 2015. Esta evaluación establecerá el grado de avance del proyecto y se realizará a partir de un informe preliminar realizado por los seleccionados, el cual tendrá el carácter de declaración jurada, y será complementado por un informe confeccionado por este Organismo.

La rendición y la evaluación final del proyecto podrán realizarse hasta el 29 de Abril de 2016, debiendo los seleccionados rendir cuentas de todos los gastos realizados hasta el 31 de Marzo de 2016.

**23. Obligaciones de los beneficiarios**

Es obligación de los beneficiarios cumplir con las responsabilidades que emanan del presente Reglamento. En caso de que la AFSCA considere que la aplicación de los fondos por parte del beneficiario no esté debidamente rendida, o su aplicación no corresponda con la presentación del proyecto aprobado, podrá rescindir unilateralmente el convenio por incumplimiento. Los beneficiarios que no hayan realizado correctamente las presentaciones

RUB.	COD.
17	



*Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual*

- 0231

correspondientes a la ejecución y rendición del subsidio quedarán inhibidos para participar de los concursos siguientes.

Sin perjuicio de las obligaciones que expresamente pudieran establecerse, correrá por cuenta y exclusiva responsabilidad de los participantes la contratación de los artistas, intérpretes o ejecutantes y el pago de los derechos que resulten necesarios para el cumplimiento del objeto del presente Concurso.

Las entidades ganadoras deberán exhibir en su sede material gráfico, que será entregado por la AFSCA, cuyo contenido dirá "*Esta emisora/productora ha sido ganadora del Concurso FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / PROGRAMA SEMANAL, un mecanismo de fortalecimiento de la comunicación comunitaria, y subsidiada por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL con fondos públicos*", o similar, el cual deberá colocarse en un espacio visible de la emisora o productora. Asimismo, las emisoras deberán emitir al comenzar y al culminar el programa un separador entregado por la AFSCA cuyo audio dirá: "*Este programa ha sido ganador del Concurso FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / PROGRAMA SEMANAL, un mecanismo de fortalecimiento de la comunicación comunitaria, y subsidiado por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL con fondos públicos*", o similar.

RUB.	COD.
7	

#### 24. Difusión de los proyectos ganadores



*Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual*

- 0231

La participación en el Concurso implica para los participantes, cuyos proyectos hayan resultado ganadores, la autorización a favor de la AFSCA para la difusión y todo tipo de comunicación vinculada al concurso y sus resultados. Todos los ganadores autorizan a la AFSCA la utilización de su nombre, imagen y proyecto sin limitación alguna para ser difundido con finalidad comunicacional por los medios que la AFSCA considere convenientes, sin que tal utilización les otorgue derecho a percibir retribución alguna, más allá del subsidio recibido. En tal sentido, se comprometen a suscribir todos los documentos que, a criterio de la AFSCA, puedan resultar necesarios para instrumentar la autorización mencionada dispuesta como condición de participación. En aquellos casos en que los participantes presenten proyectos en colaboración o derivadas, deberán presentar todas las autorizaciones que correspondan por la utilización, modificación, difusión y fijación del trabajo realizado por terceros. En caso de que no presenten dichas autorizaciones, la AFSCA estará facultada a tramitar acciones de reintegro del subsidio del que han resultado acreedores.

RUB.	CCO.
13	



- 0231

**ANEXO II**

**REGLAMENTO PARA EL LLAMADO A CONCURSO DEL  
FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 /  
PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA  
COMUNITARIA**

**1. Nombre del Concurso**

Se denomina FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA COMUNITARIA al concurso cuyas bases y condiciones se encuentran establecidas en el presente Reglamento.

**2. Objetivo**

El objetivo del FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCION DE RADIO PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA COMUNITARIA es fomentar la producción de campañas radiales de bien público realizadas con no menos de 10 spots. Se buscará fomentar la producción de contenidos de calidad, que aporten a la diversidad, la pluralidad, la construcción de ciudadanía y la inclusión social a través de la federalización de la producción.

Se entiende por CAMPAÑA COMUNITARIA al formato que se caracteriza por abordar temáticas de interés social y comunitario seleccionadas en función de los objetivos de una organización o productora audiovisual según el contexto donde se inserta. Se trata de piezas breves, de 45 segundos, que circulan en

RUB.	COD.
1	



F 0231

forma rotativa por la programación durante un tiempo acotado. Suelen estar desarrolladas en distintas piezas que remiten a la misma temática y guardan un criterio estético y artístico uniforme. Pueden usarse también como disparadores de espacios de formación y capacitación en las respectivas temáticas. Por su formato breve y sintético permiten ser usadas en distintos canales de circulación al mismo tiempo. Las posibilidades temáticas son:

- A. Infancia
- B. Juventud
- C. Salud Mental
- D. Género
- E. Adicciones
- F. Seguridad Vial
- G. Migrantes
- H. Ambiente
- I. Trabajo
- J. Cooperativismo
- K. Deporte
- L. Violencia institucional

Su producción se relaciona con el abordaje de cada una de esas cuestiones y su público se construye desde ese enfoque particular. El equipo de producción está formado por personas que conocen la temática en cuestión. La campaña tiene un sentido educativo, de generación de conciencia o de prevención y toma posición respecto del tema que se pretende comunicar. Debe estar compuesta por no menos de 10 spots, de una duración de 45 segundos, y su frecuencia de emisión es variable, pudiendo emitirse una o varias veces por día durante un período de 4 meses.

RUE.	COD.
M	



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 – "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

F 0231

La campaña ya producida deberá grabarse en CDs/DVDs, incluyendo los spots, en formato mp3, en sus correspondientes pistas, y con un arte de tapa especialmente diseñado por la entidad ganadora, que aluda a la temática del proyecto. De esta manera, las campañas podrán presentarse con su arte de tapa, a diferentes emisoras y entidades.

### 3. Presentación del proyecto

El "FORMULARIO II" de Presentación y los formularios complementarios, podrán obtenerse de la página web del AFSCA ([www.afsca.gov.ar](http://www.afsca.gov.ar)).

Los participantes deberán presentar un guión correspondiente a una CAMPAÑA COMUNITARIA, debiendo cumplir con los siguientes requisitos:

- Número de spots: No menor a 10
- Duración de cada spot: 45 segundos.
- Frecuencia de emisión: Variable, durante 4 meses

Los proyectos deberán ser presentados a través de un resumen general, un guión y una propuesta estética-narrativa que se completará en el FORMULARIO II del FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA COMUNITARIA.

Adicionalmente deberán presentar de forma obligatoria un CD con una demo que contenga la grabación de un spot de 45 segundos. El formato de la grabación deberá ser mp3, calidad no menor a 256 KBPS.

Durante el período en que esté abierto el concurso para la presentación de proyectos funcionará una mesa de ayuda virtual cuya dirección de contacto será: [fondoconcurstable@afsca.gov.ar](mailto:fondoconcurstable@afsca.gov.ar)

RUB.	COD.
M	



0231

La presentación del proyecto importa, por parte de los solicitantes, el pleno conocimiento y conformidad con este Reglamento. El proyecto no podrá ser modificado con posterioridad a su presentación.

#### 4. Requisitos para la presentación del proyecto

Sólo serán admisibles los proyectos que cumplan con los siguientes requisitos:

1. Realizar la inscripción online en el Registro FOMECA, al que se podrá acceder a través de la página web de AFSCA ([www.afsca.gob.ar](http://www.afsca.gob.ar)).
2. Imprimir la hoja de Inscripción en el Registro FOMECA e incorporarla como primera hoja de la Carpeta de Presentación del Proyecto.
3. Completar el FORMULARIO II / FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA COMUNITARIA según lo establecido en el presente Reglamento.
4. El proyecto debe presentarse en un sobre cerrado, en cuyo frente se escribirá la leyenda "FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA COMUNITARIA", Nombre del proyecto, Región por la que participa, Denominación de la entidad solicitante, Localidad y Provincia. A tal efecto, la AFSCA proveerá la plantilla para ser completada, impresa y pegada en el sobre.
5. El sobre debe contener una carpeta impresa y anillada que conste de 4 partes: 1. Hoja de Registro FOMECA; 2. Documentación; 3. Proyecto; 4. Sobre con CD incluyendo el contenido digitalizado de la carpeta. Cada una de las hojas de la carpeta deberá estar foliada (numerada), y firmada por el representante de la entidad.

RUB.	COD.
M	



6. Documentación Requerida:

- 6.1. Hoja impresa del registro FOMECA realizado de forma online.
- 6.2. Fotocopia certificada de la Resolución de otorgamiento de la Personería Jurídica (para Personas Jurídicas sin fines de lucro) o Reconocimiento por parte del INSTITUTO NACIONAL DE ASUNTOS INDIGENAS (INAI) u organismo provincial competente (para Comunidades de Pueblos Originarios)
- 6.3. Fotocopia certificada de los Estatutos.
- 6.4. Fotocopia certificada del Acta donde conste la última designación de autoridades.
- 6.5. Constancia de CUIT.
- 6.6. Constancia del CBU cuenta corriente/caja ahorro de la entidad.
- 6.7. Fotocopia de la Resolución de otorgamiento de la licencia, reconocimiento, número de empadronamiento o autorización.
- 6.8. Formularios de alta de beneficiario de la entidad (3 formularios completados y uno de ellos certificado por la entidad bancaria según corresponda), para el pago del Tesoro de la Nación. (FORMULARIO III).
- 6.9. Tres (3) Presupuestos con membrete de los proveedores.

7. Todas las hojas deberán estar firmadas por el representante de la entidad o en su defecto por el apoderado. En este caso deberá presentar copia del poder que lo acredite como tal, en los términos del artículo 31 y siguientes

RUB.	COD.
A	



del Reglamento de Procedimientos Administrativos, Decreto N° 1759/72 (T.O. 1991).

Cuando se adjunten fotocopias de documentos exigidos en el presente reglamento, éstas deben hallarse certificadas por Entidad Bancaria; o Registro Civil; o Autoridad Judicial Competente; o Escribano Público; o por la máxima autoridad administrativa de la Delegación del AFSCA, en cuya jurisdicción se encuentra la localidad donde se presta el servicio. Para aquellas entidades que prestan servicios en la CABA, la certificación de la documentación presentada podrá ser realizada por el/la Director/a de Proyectos Especiales.

8. Solo serán considerados gastos elegibles para el cálculo de inversión del proyecto aquellos que estén vinculados en forma inequívoca al objeto del proyecto, contribuyan al logro de los resultados previstos en su formulación y que respeten el principio de independencia del proveedor.

### 5. Postulantes

Podrán ser postulantes al FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA COMUNITARIA, personas jurídicas sin fines de lucro, y comunidades de pueblos originarios inscriptas en el Registro Público de Señales y Productoras.

No podrán participar de ésta convocatoria aquellas personas jurídicas sin fines de lucro que cuenten con licencia, reconocimiento vigente de servicios de radiodifusión sonora o cuenten con número de empadronamiento de acuerdo a lo establecido en la Resolución N°1478-AFSCA/2014 y las comunidades de

RUB.	COD.
M	



*Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual*

2015 - "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

0231

pueblos originarios que cuenten con autorización vigente de servicios de radiodifusión sonora.

#### 6. Proyectos elegibles y montos

Se financiarán montos de hasta CUARENTA Y CINCO MIL (\$45.000) por cada uno de los proyectos ganadores.

#### 7. Géneros, Temáticas y Públicos

La campaña a presentar deberá abordar alguna de las siguientes temáticas:

**A. Infancia:** Esta temática tiene como principal premisa su público destinatario, caracterizado por niños y niñas de entre 6 y 12 años. Los contenidos pueden ser de los más variados, tales como juegos, radioteatros, segmentos educativos, de historia, vinculados a la salud, al cuidado del cuerpo, a su barrio, comunidad, provincia, región, y en especial todo lo relacionado a los derechos de niños, niñas y adolescentes. La participación de los propios chicos/as en la producción y puesta en el aire de los programas le otorga a los mismos un elemento fundamental, que es su reconocimiento como sujetos con voz y palabra propia.

**B. Juventud:** Esta temática tiene como principal premisa su público destinatario, caracterizado por jóvenes de entre 13 y 24 años. Los contenidos pueden ser de los más variados, tales como juegos, radioteatros, segmentos educativos, de historia, vinculados a la educación, al trabajo, a la participación política, a los consumos culturales, a su barrio, comunidad, provincia, región, y en especial todo lo relacionado a los derechos de los jóvenes. La participación de los propios jóvenes en la producción y puesta en el aire de los programas

RUB.	COD.



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 - "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

F-0231

le otorga a los mismos un elemento fundamental, que es su reconocimiento como sujetos con voz y palabra propia.

**C. Salud Mental:** Se busca estimular producciones que aborden la temática de la Salud Mental desde una perspectiva de derechos y de acceso a servicios en la comunidad, priorizando la participación directa de los afectados.

Está destinada a instituciones asociaciones, organizaciones en general que aborden esta temática y a personas en tratamiento, rehabilitación, en proceso de reinserción o que hayan atravesado experiencias psiquiátricas.

El destinatario de estas producciones es el público en general ya que es en lo social donde la figura de las personas con diagnóstico de enfermedad mental se erige de manera mítica y estigmatizada.

El protagonismo de los propios usuarios de servicios de salud mental o de asociaciones, cooperativas, clubes, grupos formadas por ellos es un elemento fundamental ya que implica en sí mismo el ejercicio de derechos y la puesta en práctica de la palabra en nombre propio, legitimando maneras diversas de entender el mundo y a los otros.

**D. Género:** En esta línea se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto promover una imagen igualitaria de mujeres, lesbianas, gays y personas trans. Los contenidos deberán apuntar a: a) remover los patrones socioculturales que promueven y sostienen la desigualdad de género; b) aportar una mirada crítica respecto de los mensajes, valores, íconos o signos que transmiten y reproducen dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales; c) difundir información acerca de los derechos específicos de estos colectivos y las políticas públicas desarrolladas para garantizarlos y d) dar cobertura a charlas, congresos, movilizaciones y cualquier otro tipo de

RUB.	COD.
M	



actividad que tenga por fin promover la igualdad de género y/o eliminar restricciones en el acceso a estos derechos.

**E. Adicciones:** Esta temática tiene como principal premisa su público destinatario, caracterizado por adolescentes y jóvenes. Los contenidos pueden ser variados, tales como radioteatros, historias de vida, vinculados a sus espacios de pertenencia, al barrio donde viven, su comunidad, su región, su provincia y en especial al desarrollo de proyectos de vida que permitan la reinserción social, laboral y cultural de los jóvenes con consumos problemáticos de sustancias y alcohol. La participación de este grupo etario en la producción y puesta en el aire de los programas le otorga a los mismos un elemento fundamental, que es su reconocimiento como sujetos de derecho con voz propia.

**F. Seguridad Vial:** En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto difundir las acciones tendientes poner la cuestión de la seguridad vial en un espacio cada vez más importante de la agenda pública, tanto a nivel nacional como provincial y municipal, con el objetivo de promover e impulsar una nueva cultura vial destinada a mejorar la calidad de vida de la población; realizar acciones de difusión y comunicación destinadas a contribuir a la reducción de los siniestros viales en los que muchas personas jóvenes pierden su vida o la dañan irremediablemente, sobre la base de que dichos siniestros son evitables a partir de una mayor conciencia ciudadana y un aumento en el nivel de educación vial.

**G. Migrantes:** En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto difundir y promover la perspectiva de derechos humanos en el contexto de la migración. Los contenidos deberán apuntar a: a) reflexionar acerca del lazo entre inmigración, diversidad y derechos; b) difundir

REC.	CON.



- 0231

información que contribuya a prevenir y desarmar los discursos, creencias y prácticas xenófobas a la vez que permita construir una concepción de igualdad que reconozca las diferencias nacionales, étnicas y culturales sin presentarlas como obstáculos para denegar el acceso a derechos de las personas migrantes; c) dar cobertura a charlas, congresos, jornadas y difundir cualquier otro tipo de actividad o publicación que tenga por fin promover el acceso efectivo de los derechos humanos por las personas migrantes.

**H. Ambiente:** En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto sentar las bases y difundir la temática ambiental, para la construcción de una sociedad sustentable. Los contenidos deberán apuntar a: a) promover y difundir prácticas que apunten al cuidado del ambiente b) visibilizar y aportar herramientas sobre el uso de los recursos naturales (la importancia de su preservación, su uso racional y la sobreexplotación de los mismos) c) difundir las problemáticas ambientales de cada territorio y los desafíos para afrontar las mismas d) dar coberturas a charlas, congresos, movilizaciones, y cualquier otro tipo de actividades que tengan por objetivo promover, visibilizar, discutir sobre la temática ambiental en particular.

**I. Trabajo:** En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto promover una imagen positiva del aprendizaje de un oficio como parte del proceso de inclusión social, de valorización de espacios laborales invisibilizados por la industrialización y la incorporación de nuevas tecnologías, de identificación inter-generacional (padre a hijos, abuelos) y de acceso a la cultura. La pérdida de los oficios impacta tanto en el sistema productivo como en la merma del patrimonio cultural (ejemplo, la falta de luthiers para bandoneones, de sastres en la industria de indumentaria, etc). Las anécdotas en el mundo del trabajo, los procesos de generación de

RUB.	COD.
5	



identidad y valorización social, el reconocimiento del esfuerzo a través del aprendizaje de un oficio o de la enseñanza del mismo, y el impacto positivo que tiene en la producción la participación de personas formadas en el "saber hacer", son algunos de los aspectos que se pueden abordar desde este tipo de temática.

**J. Cooperativismo:** En esta temática se encuentran aquellos programas cuyo objetivo es la promoción, desarrollo y difusión del cooperativismo, entendido éste como corriente de pensamiento social que promueve la organización de las personas para satisfacer de manera conjunta sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática. Este tipo de programas deberán servir para difundir las principales orientaciones y principios del cooperativismo, y potenciar a través de la comunicación y difusión todo tipo de actividades relacionadas con el desarrollo de la economía solidaria.

**K. Deporte:** En esta temática se encuentran aquellos programas cuyo objetivo es la promoción del deporte social entendido éste como la práctica de actividades físicas y deportivas orientada a la población en su conjunto, sin discriminación de edad, género, condición física, social, cultural o étnica, diversa en sus manifestaciones, generadora de situaciones de inclusión, donde el deporte actúa como ámbito propicio para el desarrollo humano integral. Este tipo de programas deberán servir para difundir la competencia deportiva de base, otorgar espacios de comunicación a referentes de la práctica deportiva social tales como deportistas amateurs, entrenadores, dirigentes de clubes, establecimientos educativos, y otro tipo de instituciones sin ánimo de lucro, promover la incorporación de los hábitos deportivos en el

INCL.	COD.
B	



estilo de vida de la población, y potenciar a través de la comunicación y difusión todo tipo de prácticas del deporte social como componente relevante del desarrollo humano.

**L. Violencia institucional:** En esta temática se inscriben los programas radiofónicos que tengan por objeto abordar la problemática de la violencia institucional desde una perspectiva de derechos humanos. Los contenidos deberán apuntar a: a) visibilizar y problematizar los casos de violencia institucional cometidos por agentes estatales en cumplimiento de sus funciones, en particular, aquellos pertenecientes a las fuerzas de seguridad y penitenciarias y a través del ejercicio abusivo e ilegal del poder punitivo estatal; b) difundir información sobre los derechos y los organismos públicos a los cuales acudir en caso de ser víctima de una práctica de violencia institucional; c) aportar una mirada crítica y desde los derechos humanos respecto de la seguridad ciudadana, las formas de prevenir los hechos de inseguridad, la cárcel y el encierro, la exclusión y la pobreza; d) difundir las publicaciones, jornadas, seminarios y demás actividades que aborden la problemática de la violencia institucional.

**M. Otros**

**8. Subsidio**

Los proyectos que resultaren elegidos serán beneficiados con un aporte no reembolsable que sólo podrá ser utilizado para la ejecución del proyecto presentado. El subsidio cubrirá un monto de hasta el OCHENTA Y CINCO POR CIENTO (85%) de la totalidad del proyecto, debiendo las entidades complementar el mismo con un QUINCE POR CIENTO (15%) o más en concepto de contrapartida.

RUB.	COD.
A	



F 0231

Las entidades podrán solicitar un monto menor del máximo estipulado para el subsidio, siempre y cuando mantengan la proporcionalidad establecida en el presente reglamento entre Gastos de Capital, Gastos Corrientes y Contraparte.

A modo de ejemplo, en caso de solicitar el máximo del subsidio, la distribución del mismo y la correspondiente contraparte será de la siguiente manera:

MONTO TOTAL DEL PROYECTO	No menor a	\$52.941.-	100%
SUBSIDIO	Hasta	\$45.000.-	85%
CONTRAPARTE	No menor a	\$7.941.-	15%

De esta manera los proyectos ganadores deberán considerar un plan de inversión de hasta PESOS CINCUENTA Y DOS MIL NOVECIENTOS CUARENTA Y UNO (\$52.941.-), de los cuales la AFSCA subsidiará el OCHENTA Y CINCO POR CIENTO (85%) de ese monto, que es equivalente a PESOS CUARENTA Y CINCO MIL (\$45.000), y la entidad deberá aportar al menos el QUINCE POR CIENTO (15%) del monto total del proyecto, que equivale a PESOS SIETE MIL NOVECIENTOS CUARENTA Y UNO (\$7.941.-)

**9. Destino de los fondos del subsidio**

El subsidio podrá aplicarse a los siguientes ítems:

- 1. GASTOS DE CAPITAL** (20% del Subsidio, equivalente a \$9.000.-).

SUB	CCD.



*Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual*

0231

Insumos y Equipamientos: Están incluidos en este rubro todos aquellos equipamientos tecnológicos tales como computadoras de escritorio, dispositivos TIC (notebook, tabletas, Smartphone, etc.), grabador (reporter), micrófono, auriculares, cables y conectores, híbrido telefónico, consola de exteriores, receptor de señal de celular, etc.

## 2. GASTOS CORRIENTES

### 2.A. RECURSOS HUMANOS (60% del Subsidio, equivalente a \$27.000).

Están comprendidas en este rubro las erogaciones correspondientes al pago de honorarios profesionales necesarios para la producción de los programas.

### 2.B. GASTOS DE PRODUCCIÓN (20% del Subsidio, equivalente a \$9.000).

Están comprendidas en este rubro las erogaciones correspondientes al pago de servicios provistos para la producción de los programas tales como viáticos, telefonía celular, librería, etc.

Los gastos de capital deberán cubrir el VEINTE POR CIENTO (20%) del subsidio otorgado, que corresponde a PESOS NUEVE MIL (\$9.000.-) mientras que los gastos corrientes cubrirán el otro OCHENTA POR CIENTO (80%), equivalente a PESOS TREINTA Y SEIS MIL (\$36.000.-), en el caso de solicitar el monto máximo del subsidio equivalente a PESOS CUARENTA Y CINCO MIL (\$45.000).

Si el subsidio solicitado u otorgado fuera menor al monto máximo determinado en el presente reglamento, la entidad ganadora deberá respetar la proporcionalidad entre Gastos de Capital, Gastos

SUB.	COD.
h	



0231

**Corrientes y Contraparte, adaptando el proyecto de inversión acorde al monto aprobado.**

**10. Destino de los fondos de la contraparte**

Los gastos de contraparte podrán aplicarse a los mismos ítems descriptos en el punto anterior, "Destino de los fondos del subsidio", más gastos de alquiler, servicios corrientes (luz, agua, gas, Internet, etc.), catering, y otras erogaciones no contempladas en el subsidio, pudiendo asignarse sin restricciones ni límites porcentuales a cualquiera de los rubros en tanto y en cuanto cubran por lo menos el 15% de la totalidad de los gastos del proyecto. El esquema general de distribución del subsidio respecto de la aplicación de gastos y la contraparte, en el caso de solicitar el monto máximo del subsidio equivalente a PESOS CIENTO SESENTA MIL (\$160.000) será el siguiente:

GASTOS DE CAPITAL	\$9.000.-
GASTOS CORRIENTES. RECURSOS HUMANOS	\$27.000.-
GASTOS CORRIENTES. PRODUCCIÓN	\$9.000.-
TOTAL SUBSIDIO	\$45.000.-
TOTAL CONTRAPARTE	\$7.941.-
<b>TOTAL PROYECTO</b>	<b>\$52.941.-</b>

REUB.	CON.

**11. Gastos excluidos**



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 – "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

0231

No podrán incluirse en los gastos aplicados al proyecto correspondiente ninguno de los ítems que se señalan a continuación:

1. Reestructuración de deudas.
2. Recuperaciones de inversiones ya realizadas previamente a la selección de los ganadores del concurso
3. Pago de cesantías.
4. Compras de inmuebles.
5. Adquisición de bienes usados que no tengan afectación específica.
6. Impuestos, tasas, etc.
7. Compensación de facturas correspondientes a gastos que no correspondan al objetivo del Concurso.
8. Pagos realizados por un tercero por cuenta y orden de los solicitantes
9. Pagos con tarjetas de crédito o débito que no estén a nombre de las entidades beneficiarias.
10. Pagos en cuotas que no se encuentren totalmente cancelados.
11. Gastos bancarios
12. Compra de vehículos.

Si se detectaran durante la ejecución gastos de esta naturaleza, los mismos serán detraídos del monto del subsidio, aún en el supuesto en que se encuentren previstos en la formulación del proyecto.

RUB.	COD.
7	

## 12. Cronograma

El cronograma de implementación del FONDO DE FOMENTO  
CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 - "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

0231

RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA COMUNITARIA prevé las siguientes etapas:

Etapa	Fecha
Inicio del Concurso	30 de Marzo de 2015
Cierre de presentación proyectos	28 de Abril de 2015
Anuncio de los seleccionados	3 de Julio de 2015
Entrega 1er. Desembolso	A partir del 22 de Agosto de 2015
Rendición del 1er. Desembolso	1 al 15 de Octubre de 2015
Evaluación de la rendición 1er. desembolso y entrega 2do. desembolso	15 al 30 de Octubre de 2015
Fecha finalización del proyecto	Hasta el 29 de Enero de 2015
Rendición del Subsidio	Hasta el 29 de Febrero de 2016

### 13. Competencia y distribución regional

Con el fin de garantizar una distribución federal en el fondo establecido para este concurso, los proyectos que pertenezcan a la misma región del país competirán entre sí y serán rankeados en la evaluación de acuerdo a la región de la que formen parte. A los fines expuestos se establecerán SEIS (6) regiones conformadas, en cada caso, por las provincias que se detallan a continuación:

RUS	COD.



- 1) **Región Centro Metropolitano:** Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires;
- 2) **Región Centro Norte:** Córdoba y Santa Fe;
- 3) **Región Noreste Argentino:** Misiones, Corrientes, Chaco, Formosa y Entre Ríos;
- 4) **Región Noroeste Argentino:** Salta, Jujuy, Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero;
- 5) **Región Nuevo Cuyo:** San Luis, San Juan, Mendoza y La Rioja;
- 6) **Región Patagonia:** La Pampa, Río Negro, Chubut, Neuquén, Santa Cruz y Tierra del Fuego, Antártida, e Islas del Atlántico Sur.

#### 14. Plazo de ejecución

El plazo total de realización del proyecto no podrá exceder los SEIS (6) meses a partir del anuncio de los ganadores, para lo cual se considerarán como válidos sólo los comprobantes que acrediten la ejecución del mismo con fecha no posterior al 29 de Enero de 2016. La fecha límite para la presentación y rendición de los mismos será el 29 de Febrero de 2016.

#### 15. Lugar y fecha de presentación de los proyectos

La presentación de los proyectos deberá realizarse en la Mesa de Entradas de la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, Suipacha 765, Piso 3° Frente, de la CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, en el horario de 9 a 17 horas y se recibirán hasta las 17 horas del 28 de Abril de 2015. Los proyectos podrán presentarse asimismo en

REG.	CCO.
M	



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 - "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

0231

cualquiera de las delegaciones de este Organismo en el interior del país o por vía postal.

Los proyectos que se presenten a través de las delegaciones deberán contar con el sello en el sobre que acredita el día de recepción de los mismos, considerándose esta fecha como la única válida a los fines de la presentación.

Los proyectos pueden presentarse por vía postal hasta el 28 de Abril de 2015; a tal fin se considerará como válida la fecha del matasellos postal.

No se aceptarán presentaciones electrónicas o luego del horario y la fecha indicadas para el cierre del concurso.

#### 16. Comité de Evaluación.

El Comité de Evaluación estará compuesto por CINCO (5) miembros, DOS (2) de los cuales serán propuestos por el CONSEJO FEDERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. Su conformación será comunicada públicamente en fecha previa al cierre de presentación de proyectos. Ningún miembro del Comité de Evaluación podrá integrar ni haber integrado en el último año (tomando como fecha de referencia el cierre de la presentación de los trabajos) los órganos administrativos de cualquiera de las entidades participantes del Concurso, ni mantener vínculos de consanguinidad o afinidad en primero y segundo grado con personas que formen parte, o lo hayan hecho el último año (a partir de la fecha del cierre de la presentación de los trabajos), de los órganos de administración o fiscalización de cualquiera de las entidades participantes del Concurso. En caso de corroborarse el mencionado vínculo la entidad resultará excluida del proceso de evaluación. Si ésta situación fuera detectada luego de ser elegida ganadora, la entidad deberá devolver la totalidad del subsidio a la AFSCA,

RUB.	COD.
1	



independientemente de que hubiese realizado o no las erogaciones correspondientes a la producción del proyecto.

Para aprobar los proyectos, el Comité de Evaluación deberá contar con la firma de al menos 3 (TRES) miembros, uno de los cuales debe representar el CONSEJO FEDERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. El Comité de Evaluación podrá sesionar en una o más reuniones plenarios, siempre y cuando se cumpla el quórum establecido para ello.

Las decisiones del Comité de Evaluación serán notificadas a la Autoridad Federal, mediante las Actas del Comité de Evaluación.

#### **17. Entrega del producto**

Los beneficiarios del subsidio deberán entregar en el plazo establecido (hasta el 29 de Febrero de 2016), los CDs/DVDs con un número de spots producidos no menor a (DIEZ) 10, con 45 segundos de duración cada uno, con el objetivo de cubrir una CAMPAÑA COMUNITARIA que pueda emitirse durante un período de 4 meses. La presentación incluirá el arte de tapa de los CDs, aludiendo a la temática de la campaña, que deberá ser diseñado por la entidad. AFSCA proveerá el manual de estilos para la correcta aplicación de su isologotipo, así como de los créditos correspondientes.

La entidad deberá realizar no menos de 150 copias de los CDs/DVDs, conteniendo la totalidad de la campaña grabada en cada una de las copias, separados los spots por pistas.

Cada entidad ganadora deberá entregar al AFSCA, CINCUENTA (50) copias de la campaña, al finalizar el proyecto.





### 18. Autoría del proyecto y los derechos de autor.

La autoría del proyecto deberá ser propiedad de las entidades participantes. Para ello, todas aquellas personas que hayan participado en calidad de autoras del proyecto deberán ceder los derechos del mismo a la entidad, eximiendo a la AFSCA de cualquier tipo de reclamo en el uso y reproducción del proyecto. Con el objeto de poder mantener los derechos de autor y al mismo tiempo, dado el carácter subsidiado y el origen público de los fondos, permitir a otros medios, entidades y personas en general, copiar, distribuir, y hacer uso del trabajo presentado en forma parcial o total, los ganadores autorizarán a la AFSCA a inscribir sus respectivos proyectos en las licencias Creative Commons en la categoría Atribución-Compartir Obras Derivadas Igual (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.5/ar/>). Esta licencia permite, copiar, distribuir, exhibir y ejecutar la obra, hacer obras derivadas de la obra original y usar la obra comercialmente; todo ello a condición de que se atribuya la autoría sobre la obra en la forma en que haya sido especificada por el autor o el licenciente de la obra y las obras derivadas se compartan bajo la misma licencia de la obra original.

### 19. Instancias y criterios generales de evaluación

La evaluación de los proyectos tendrá DOS (2) instancias:

En la primera se considerará la presentación del proyecto y la documentación de acuerdo a lo establecido en el presente Reglamento. Aquellos proyectos que no cumplan con los requerimientos establecidos para la presentación serán excluidos y no pasarán a la instancia del Comité de Evaluación.

RUB.	COD.



F 0231

La segunda instancia estará a cargo del Comité de Evaluación, quien elegirá a los mejores proyectos de acuerdo con los criterios de evaluación y considerando la grilla de evaluación. Las propuestas contendrán la información necesaria para que su evaluación sea posible a través del análisis de la calidad, y el aporte a la diversidad cultural y comunicacional del proyecto. El Comité Evaluador determinará los montos que se asignen a cada uno de los ganadores, de acuerdo a la cantidad de proyectos presentados y a la consistencia entre los solicitado y lo que las entidades proyectan producir.

#### 20. Grilla de puntuación para la evaluación

El Comité de Evaluación juzgará los diferentes proyectos de acuerdo a la siguiente grilla:

Criterios de evaluación	Puntaje
1. Pertinencia y solidez de la temática	0-20
2. Metodología de investigación para el tratamiento de los temas y la producción	0-15
3. Tratamiento estético y narrativo	0-20
4. Originalidad de la propuesta	0-25
5. Asociativismo. Nivel de participación de diferentes sectores en distintas etapas del proyecto	0-10
6. Antecedentes equipo humano responsable de desarrollar el proyecto	0-10
<b>TOTAL</b>	<b>0-100</b>

RUB.	COD.
h	



Con respecto al punto 5 se considerará asociativismo a la participación de otras entidades, diferentes a quien presenta el proyecto, en las etapas de ideación, pre-producción, producción, pos-producción y/o difusión del proyecto, aportando conocimiento, experiencia, recursos, etc. En el caso de existir esta forma de producción colaborativa deberá ser desarrollada en la formulación del proyecto.

#### **21. Irrecurribilidad de la decisión**

Aprobado el proyecto por el Comité de Evaluación, el Directorio emitirá el acto administrativo de otorgamiento del subsidio, el que es irrecurable en sede administrativa.

#### **22. Convenio, desembolsos y rendición de cuentas**

**1. Convenio:** Una vez seleccionados los ganadores y publicado en el Boletín Oficial, los beneficiarios deberán suscribir con la AFSCA el convenio correspondiente. El convenio debe ser suscripto por el representante de la entidad beneficiaria dentro del plazo de QUINCE (15) días corridos contados a partir de la notificación de la resolución que otorga el beneficio. En caso de que alguno de los seleccionados no se presente a la firma del convenio, se dará por decaído el derecho sobre el subsidio otorgado. El convenio incluirá la firma de una declaración jurada por parte de los ganadores, en la que se autorice a la AFSCA a gestionar (sin costo alguno para los ganadores), las respectivas licencias Creative Commons, para el uso compartido de los derechos de los trabajos presentados.





F 023 V

**2. Desembolso y rendición de gastos:** Durante los SEIS (6) meses que durará la ejecución de los proyectos la AFSCA realizará DOS (2) desembolsos. En virtud de ello el proyecto deberá establecer la utilización que le dará al primer y al último desembolso. El primer desembolso será por una suma equivalente al CINCUENTA POR CIENTO (50%) del monto total del subsidio, y se realizará luego de la firma del convenio y el segundo desembolso se realizará a partir del 15 de Octubre de 2015, previa aprobación de la evaluación intermedia del proyecto y sus respectivas rendiciones de gastos. Las rendiciones de los gastos deberán respetar los montos correspondientes del subsidio otorgado, discriminado entre gastos de capital y gastos corrientes y recursos humanos; al mismo tiempo se deberán respetar los montos correspondientes a los gastos del subsidio y de la contraparte, y los previstos para el primer y segundo desembolso.

Las rendiciones de los gastos del primer desembolso y de la respectiva contraparte, podrán realizarse erogados entre el 80% y el 100% del primer desembolso (o lo que es lo mismo entre el 40% y el 50% del total del subsidio), debiendo completarse el monto no rendido (en caso de no rendir la totalidad del primer desembolso) al finalizar el proyecto.

Los comprobantes de gastos presentados en las rendiciones deberán respetar los montos correspondientes del subsidio otorgado, discriminado entre gastos de capital y gastos corrientes y recursos humanos; al mismo tiempo, se deberán respetar los montos correspondientes a los gastos del subsidio y de la contraparte, y los previstos para el primer y segundo desembolso.

En el caso que por las características del proyecto de inversión una entidad deba durante la ejecución del primer desembolso realizar gastos que no respeten las proporciones entre los montos de Gastos de Capital y Gastos

SUB.	COD.
M	



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 - "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

F 0231

Corrientes transferidos, deberá compensarlos en la segunda etapa de la inversión indefectiblemente, de forma tal que al finalizar el proyecto dicha proporción se corresponda con lo establecido en el Reglamento. Esta situación deberá quedar perfectamente aclarada y justificada en la primera rendición para que ésta pueda ser aprobada.

Los excedentes de gastos de las facturas rendidas en el primer desembolso no podrán computarse para el segundo, de la misma manera que los excedentes de las facturas rendidas como gastos provenientes del subsidio no podrán computarse como gastos de contraparte y viceversa. Tampoco podrá utilizarse una misma factura para rendir gastos de subsidio y contraparte. Todos los gastos, tanto los correspondientes al subsidio como los que surgen de la contraparte, deberán rendirse mediante facturas, con sus respectivos recibos, debidamente confeccionados de acuerdo a la normativa establecida por la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS (AFIP). No podrán presentarse como gastos del subsidio o de la contraparte compras o contrataciones realizadas previamente a la fecha de anuncio de los ganadores ni posteriores a la fecha de finalización del proyecto, estipuladas en el Cronograma del presente Reglamento.

**3. Evaluación:** El proyecto contará con una evaluación intermedia y una final, que realizará la Dirección de Proyectos Especiales del Organismo. La evaluación intermedia se efectivizará entre el 15 al 30 de Octubre de 2015. Esta evaluación establecerá el grado de avance del proyecto y se realizará a partir de un informe preliminar realizado por los seleccionados, el cual tendrá

RUB.	COD.
M	



F 023 N

el carácter de declaración jurada, y será complementado por un informe confeccionado por este Organismo.

### 23. Obligaciones de los beneficiarios

Es obligación de los beneficiarios cumplir con las responsabilidades que emanan del presente Reglamento. En caso de que la AFSCA considere que la aplicación de los fondos por parte del beneficiario no esté debidamente rendida, o su aplicación no corresponda con la presentación del proyecto aprobado, podrá rescindir unilateralmente el convenio por incumplimiento. Los beneficiarios que no hayan realizado correctamente las presentaciones correspondientes a la ejecución y rendición del subsidio quedarán inhibidos para participar de los concursos siguientes.

Sin perjuicio de las obligaciones que expresamente pudieran establecerse, correrá por cuenta y exclusiva responsabilidad de los participantes la contratación de los artistas, intérpretes o ejecutantes y el pago de los derechos que resulten necesarios para el cumplimiento del objeto del presente Concurso.

Las entidades ganadoras deberán exhibir en su sede material gráfico, que será entregado por la AFSCA, cuyo contenido dirá "*Esta emisora/productora ha sido ganadora del Concurso FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA COMUNITARIA, un mecanismo de fortalecimiento de la comunicación comunitaria, y subsidiada por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL con fondos públicos*", o similar, el cual deberá colocarse en un espacio visible de la emisora o productora. Asimismo, las emisoras deberán

RUB.	COD.
A	



Autoridad Federal de  
Servicios de Comunicación Audiovisual

2015 - "Año del Bicentenario del Congreso de los Pueblos Libres"

1-0231

emitir al comenzar y al culminar el programa un separador entregado por la AFSCA cuyo audio dirá: "Este programa ha sido ganador del Concurso FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA COMUNITARIA, un mecanismo de fortalecimiento de la comunicación comunitaria, y subsidiado por la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL con fondos públicos", o similar.

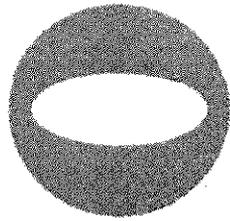
#### 24. Difusión de los proyectos ganadores

La participación en el Concurso implica para los participantes, cuyos proyectos hayan resultado ganadores, la autorización a favor de la AFSCA para la difusión y todo tipo de comunicación vinculada al concurso y sus resultados.

Todos los ganadores autorizan a la AFSCA la utilización de su nombre, imagen y proyecto sin limitación alguna para ser difundido con finalidad comunicacional por los medios que la AFSCA considere convenientes, sin que tal utilización les otorgue derecho a percibir retribución alguna, más allá del subsidio recibido. En tal sentido, se comprometen a suscribir todos los documentos que, a criterio de la AFSCA, puedan resultar necesarios para instrumentar la autorización mencionada dispuesta como condición de participación. En aquellos casos en que los participantes presenten proyectos en colaboración o derivadas, deberán presentar todas las autorizaciones que correspondan por la utilización, modificación, difusión y fijación del trabajo realizado por terceros. En caso de que no presenten dichas autorizaciones, la AFSCA estará facultada a tramitar acciones de reintegro del subsidio del que han resultado acreedores.

1	2
3	4
5	6
7	8
9	10

0231



afsca

**FORMULARIO I**

FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 /  
PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA PRODUCTORAS /  
PROGRAMA SEMANAL

RUB.	COD.
M	

F 023 M



I. Datos generales de la emisora participante			
Razón Social			
Nombre de Fantasía		Frecuencia	
Nro. Inscripción online FOMECA			
Nombre de la Red a la que pertenece (en caso que forme parte de alguna)			
Marque con una "x" la Región según lo establecido en el artículo 12 del Reglamento:			
<input type="checkbox"/> R. Centro Metropolitano <input type="checkbox"/> R. Centro Norte <input type="checkbox"/> R. Noroeste <input type="checkbox"/> R. Noreste <input type="checkbox"/> R. Nuevo Cuyo <input type="checkbox"/> R. Patagonia			
C.U.I.T. N°			
Domicilio Legal	Calle	N°	
Barrio/Localidad		Municipio	
Partido/Departamento		Provincia	
Código Postal			
Nro. Personería Jurídica		Organismo otorgante	
Año inicio actividad			
Vías de contacto	Teléfono	Fax	
Página web			
Correo electrónico			
Inscripción en el Registro Público de Señales y Productoras.			
Nro. CBU			
Representante Legal	Nombres y Apellido		
Tipo y N° de Doc.			
Referente de Contacto	Nombres y Apellido		
Tipo y N° de Doc.			
Teléfono		Correo electrónico	
Acompaña el presente proyecto con la siguiente documentación solicitada:			
<input type="checkbox"/> Hoja impresa inscripción online <input type="checkbox"/> Personería Jurídica/Reconoc. INAI/Organismo Prov <input type="checkbox"/> Estatutos <input type="checkbox"/> Acta Autoridades			
<input type="checkbox"/> Inscripción en el Registro Público de Señales y Productoras. <input type="checkbox"/> CUIT <input type="checkbox"/> Constancia CBU			
<input type="checkbox"/> Beneficiario Tesoro Nación <input type="checkbox"/> Autorización <input type="checkbox"/> Docum. certificados <input type="checkbox"/> Hojas firmadas y numeradas			
<input type="checkbox"/> CD con toda la documentación <input type="checkbox"/> Demo			

RUB  
CUB

F 023 M



### Caracterización del formato "Programa Temático Semanal"

Se entiende por **Programa Temático Semanal** una emisión radiofónica que se caracteriza por enfocar un tema o cuestión específica, ya sea por la actividad y conocimiento propio de su equipo de producción, o por la población a la cual se dirige. En general, se ubica dentro del género periodístico, combinando segmentos musicales, informativos, de opinión, literarios, humorísticos, entre otros. Las posibilidades temáticas son de las más diversas: derechos humanos, ambiente, religión, política internacional, mitos y leyendas, turismo, deportes, vida en la naturaleza, educación, agricultura, medios, teatro, cine, literatura, etc. Su producción periodística se relaciona con el abordaje de cada una de esas cuestiones y su público se construye desde ese enfoque particular. También se incluyen en este género programas destinados a públicos específicos: infantil, juvenil, adultos mayores, mujeres, pueblos originarios, colectividades nacionales, etc. El equipo de producción está formado por personas que conocen cada tema o audiencia específica, e incluye los distintos roles radiofónicos, como conductor, columnista, operador, editor, etc. El perfil musical del programa suele ser adecuado al público o temática abordada y vinculado al perfil del medio. Su duración suele ser de entre una y dos horas, una vez a la semana.

### II. Objetivos y motivación del proyecto

Se deberán describir los objetivos principales y la motivación que impulsa al equipo de la radio a realizar este proyecto. Puede completarse a partir de las siguientes preguntas: ¿para qué queremos llevar adelante esta propuesta? ¿Qué queremos lograr en términos de incidencia en la realidad local, regional o nacional? ¿Qué interés tiene el equipo de producción en desarrollar este tema en particular? ¿Con qué conocimientos y experiencias previas cuenta respecto al tema del programa? (extensión sugerida: entre 500 y 600 palabras)

RUB.	COD.
0	

III. Resumen general del proyecto

Se deberá realizar una síntesis breve del contenido del proyecto.

Puede completarse mencionando el día, hora y duración del programa, el nombre elegido, sus secciones y audiencia a la que se dirige (extensión sugerida: 100 palabras).

[Empty space for project summary]

RUB.	COD.
M	



0231



#### IV. Guión

Se deberá escribir un guión modelo del programa de acuerdo con el formato que se consigna a continuación:

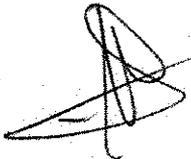
OPERADOR	PISO
Indicaciones para la cabina de control referidas a cortina musical, canciones, separadores institucionales, efectos sonoros, señaladas con nombre de track o de archivo digital, y duración.	Indicaciones para los conductores dentro del estudio referidas al desarrollo de los contenidos del programa, temas a tratar, invitados, testimonios, audios, secciones del programa, columnistas, etc.
PRIMER BLOQUE	
SEGUNDO BLOQUE	
TERCER BLOQUE	
CUARTO BLOQUE	

1	M
2	
3	
4	

### V. Propuesta estética narrativa

Se deberán describir todos los aspectos estéticos y narrativos que darán identidad al proyecto. Para pensar en la dimensión estética narrativa tomamos en cuenta las características de la audiencia, el lenguaje y la cultura que predominan en la comunidad, las formas de hablar y comunicarse oralmente, las tradiciones musicales, entre otros aspectos. En diálogo con este entorno sociocultural, construimos nuestra propuesta artística, utilizando los distintos elementos del lenguaje radiofónico, como la música, los efectos y los silencios, y las posibilidades de la voz humana. Los recursos que tenemos a mano son muy variados: desde los formatos a utilizar (comentario, entrevista, dramatización, personificación, sketch, etc.), pasando por la definición del perfil musical (tango, rock, folclore, tropical, clásico, etc.), hasta la creación de separadores que identifican al programa, o anuncios y avisos a incluirse en las tandas publicitarias. La definición de un perfil estético y narrativo permite que el programa se distinga del resto de la programación y a la vez sea coherente con la misma, aportando a la identidad del medio desde un lugar específico (extensión sugerida: 500 palabras).

NO.	COD.
1	



0231



**VI. Etapas y cronograma**

Deberá describir las etapas que conforman el proyecto y marcar con una cruz en qué mes se irán realizando. Algunas de las etapas a tomar en cuenta pueden ser: preproducción del programa y definición de la propuesta estética, planificación de guión y creación del demo, puesta en el aire, reuniones de evaluación, replanificación, entre otras.

Etapas/mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

**VII. Asociativismo**

Deberá describir si en el proceso de ideación, preproducción y/o producción del proyecto han participado, participan o tienen previsto participar otras entidades que puedan aportar temáticas, conocimiento, experiencia, recursos, etc., consignando quién/es es/son la/s entidad/es, la forma en que participaría/n y los aportes realizados al proyecto.

Empty space for text input.


VIII. Presupuesto y etapas de ejecución

1. Erogaciones correspondientes al subsidio (85% de total del proyecto.)

1.1. Gastos de capital (insumos y equipamientos)

Deberá explicar todos los gastos correspondientes a insumos y equipamientos, con su respectivo presupuesto. Se deberán adjuntar 3 (tres) presupuestos de respaldo. El presupuesto en este ítem sumado al de equipamiento representará el 20% del total del subsidio.

Descripción de equipamiento	Cantidad	Finalidad	Precio unitario	Etapa I	Etapa II	Presupuesto Total (en pesos)
				(1º desembolso en pesos)	(2º desembolso en pesos)	
<b>TOTALES</b>						

1.2. Gastos corrientes: honorarios, gastos de producción, etc.

1.2.1. Honorarios

Se debe detallar qué tareas de producción serán necesarias para el desarrollo del proyecto y qué costo tiene cada una, especificando el valor por mes, la cantidad de meses de trabajo y por el total del proyecto. El presupuesto en este ítem representará el 60% del total del subsidio.

Rol/tarea	Honorarios mensuales (en pesos)	Cantidad de meses (máximo 8)	Etapa I 1º desembolso (en pesos)	Etapa II 2º desembolso (en pesos)	Total (en pesos)
<b>TOTALES</b>					




F 0231



**1.2.2. Producción**

Se deben detallar los gastos relativos al desarrollo de las tareas de producción del programa. El presupuesto en este ítem representará el 20% del total del subsidio.

Descripción	Cantidad	Finalidad	Precio unitario	Etapa I (1º desembolso en pesos)	Etapa II (2º desembolso en pesos)	Presupuesto Total (en pesos)
<b>TOTALES</b>						

R/R	C/C
A	

023 N



**2. Erogaciones correspondientes a la contraparte (15% de total del proyecto)**

Deberá describir los aportes que hará la organización como contraparte de los fondos solicitados al Fondo de Fomento. Esta contraparte deberá representar, al menos, el 15% del total del proyecto. Vale aclarar que la contraparte podrá ser superior al 15%, en caso de que la organización así lo requiera.

<b>2.1. Gastos de capital. Insumos y equipamientos</b>	Se deben detallar los gastos relativos a los insumos y equipamientos necesarios para desarrollar el proyecto que serán abonados con dinero de la contraparte.		
<b>Descripción de gasto</b>	<b>Etapa I</b> 1º desembolso (en pesos)	<b>Etapa II</b> 2º desembolso (en pesos)	<b>Presupuesto Total</b> (en pesos)
<b>TOTALES</b>			
<b>2.2. Gastos corrientes.</b> <b>2.2.1. Honorarios</b>	Se debe detallar qué tareas de producción serán necesarias para el desarrollo del proyecto, mediante fondos de contraparte.		
<b>Descripción de gasto</b>	<b>Etapa I</b> 1º desembolso (en pesos)	<b>Etapa II</b> 2º desembolso (en pesos)	<b>Presupuesto Total</b> (en pesos)
<b>TOTALES</b>			
<b>2.2.2. Gastos corrientes.</b> <b>Producción</b>	Deberá incluir los gastos correspondientes a servicios contratados con fondos de contraparte (alquiler, electricidad, telefonía, catering, viáticos, etc.).		
<b>Descripción de gasto</b>	<b>Etapa I</b> 1º desembolso (en pesos)	<b>Etapa II</b> 2º desembolso (en pesos)	<b>Presupuesto Total</b> (en pesos)
<b>TOTALES</b>			

RUB.	COD.
M	

0231



**3. Resumen gastos proyecto**

Se deberán establecer los subtotales correspondientes a los rubros que aplican a los gastos del proyecto: insumos y equipamientos, honorarios profesionales y gastos de producción, discriminando el aporte por etapas y el del Fondo respecto del aporte propio.

**3.1. Total de erogaciones correspondientes al subsidio (85% del total del proyecto)**

**3.1.1. Gastos de capital, subsidio (insumos y equipamientos)**

Rubro	Total Etapa I 1º desembolso (en pesos)	Total Etapa II 2º desembolso (en pesos)	Presupuesto Total (en pesos)
1.1. Insumos y equipamiento			
<b>TOTAL GASTOS DE CAPITAL SUBSIDIO</b>			

**3.1.2. Gastos corrientes, subsidio. Recursos Humanos, honorarios, gastos de producción**

Rubro	Total Etapa I 1º desembolso (en pesos)	Total Etapa II 2º desembolso (en pesos)	Presupuesto Total (en pesos)
1.2.1. Honorarios			
1.2.2. Producción			
<b>TOTAL GASTOS CORRIENTES SUBSIDIO</b>			

**3.2. Total erogaciones correspondientes a los gastos de contraparte (15% del total del proyecto)**

**3.2.1. Gastos de capital, contraparte (insumos y equipamientos)**

Rubro	Total Etapa I 1º desembolso (en pesos)	Total Etapa II 2º desembolso (en pesos)	Presupuesto Total (en pesos)
2.1. Insumos y equipamiento			
<b>TOTAL GASTOS DE CAPITAL CONTRAPARTE</b>			

**3.2.2. Gastos corrientes, contraparte (honorarios, gastos de producción)**

Rubro	Total Etapa I 1º desembolso (en pesos)	Total Etapa II 2º desembolso (en pesos)	Presupuesto Total (en pesos)
2.2.1. Honorarios			
2.2.2. Producción			
<b>TOTAL GASTOS CORRIENTES CONTRAPARTE</b>			

Handwritten signature and stamp area.

1-0231



4. Planilla de gastos final

Rubro	Total Etapa I 1º desembolso (en pesos)	Total Etapa II 2º desembolso (en pesos)	Presupuesto Total (en pesos)
TOTAL GASTOS SUBSIDIO			
GASTOS CAPITAL SUBSIDIO			
GASTOS CORRIENTE SUBSIDIO			
TOTAL GASTOS CONTRAPARTE			
TOTALES			

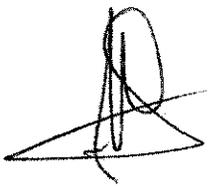
A	

023

IX. Antecedentes del coordinador del equipo de producción y de sus integrantes

Deberá describir los antecedentes, formación y experiencia de cada uno de los integrantes del equipo de realización.

[Empty box for describing the coordinator and team members' backgrounds, training, and experience.]



RUB	COT.
M	

**Presentación de la demo en CD**

- Programas nuevos: se deberá presentar un CD con un demo de 60 minutos del programa.
- Programas que ya están al aire: se deberá presentar un CD que contenga la grabación de 3 emisiones diferentes en segmentos de 60 minutos cada una.
- Formato de presentación: mp3, calidad no menor a 256 KBPS, estéreo.

**Documentación que debe acompañar la presentación (ver detalles en el Reglamento)**

- Hoja impresa del registro FOMECA realizado de forma online.
- Fotocopia certificada de la Resolución de otorgamiento de la Personería Jurídica o Reconocimiento por parte del INSTITUTO NACIONAL DE ASUNTOS INDÍGENAS (INAI) u organismo provincial competente.
- Fotocopia certificada de los Estatutos.
- Fotocopia certificada del Acta donde conste la última designación de autoridades.
- Constancia del CUIT.
- Constancia de CBU cuenta corriente/caja de ahorro de la entidad.
- Inscripción en el Registro Público de Señales y Productoras.
- Formularios de alta de beneficiario (3 formularios completados y uno de ellos certificado por la entidad bancaria), para el pago del Tesoro de la Nación (FORMULARIO III).
- Tres (3) presupuestos con membrete de los proveedores.

Declaro que los datos consignados en el presente formulario son fidedignos y los mismos tienen la validez de una declaración jurada. Asimismo, declaro haber leído el REGLAMENTO FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA PRODUCTORAS / PROGRAMA SEMANAL y aceptar las condiciones allí establecidas.



\_\_\_\_\_  
Firma Representante

\_\_\_\_\_  
Aclaración

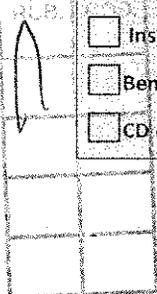
\_\_\_\_\_  
Entidad

RUB.	COD.
1	



**I. Datos generales de la entidad participante**

Razón Social			
Nombre de Fantasía		Frecuencia	
Nro. Inscripción online FOMECA			
Nombre de la Red a la que pertenece (en caso que forme parte de alguna)			
Marque con una "x" la Región según lo establecido en el artículo 12 del Reglamento:			
<input type="checkbox"/> R. Centro Metropolitano <input type="checkbox"/> R. Centro Norte <input type="checkbox"/> R. Noroeste <input type="checkbox"/> R. Noreste <input type="checkbox"/> R. Nuevo Cuyo <input type="checkbox"/> R. Patagonia			
C.U.I.T. N°			
Domicilio Legal	Calle		N°
Barrio/Localidad		Municipio	
Partido/Departamento		Provincia	
Código Postal			
Nro. Personería Jurídica		Organismo otorgante	
Año inicio actividad			
Vías de contacto	Teléfono		Fax
Página web			
Correo electrónico			
Inscripción en el Registro Público de Señales y Productoras.			
Nro. CBU			
Representante Legal	Nombres y Apellido		
Tipo y N° de Doc.			
Referente de Contacto	Nombres y Apellido		
Tipo y N° de Doc.			
Teléfono		Correo electrónico	
Acompañó el presente proyecto con la siguiente documentación solicitada:			
<input type="checkbox"/> Hoja impresa inscripción online <input type="checkbox"/> Personería Jurídica/Reconoc. INAI/Organismo Prov <input type="checkbox"/> Estatutos <input type="checkbox"/> Acta Autoridades			
<input type="checkbox"/> Inscripción en el Registro Público de Señales y Productoras. <input type="checkbox"/> CUIT <input type="checkbox"/> Constancia CBU			
<input type="checkbox"/> Beneficiario Tesoro Nación <input type="checkbox"/> Docum. certificados <input type="checkbox"/> Hojas firmadas y numeradas			
<input type="checkbox"/> CD con toda la documentación <input type="checkbox"/> Demo			

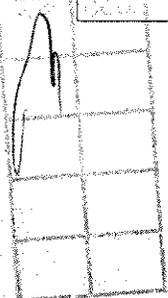


### Caracterización del formato "Campaña Comunitaria"

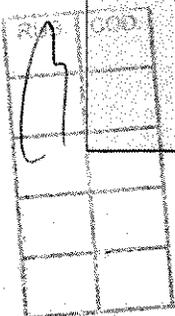
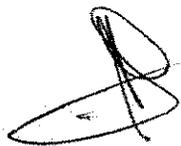
Se entiende por Campaña Comunitaria al formato que se caracteriza por abordar temáticas de interés social y comunitario seleccionadas en función de los objetivos de una organización o productora audiovisual según el contexto donde se inserta. Se trata de piezas breves, de no más de 45 segundos, que circulan en forma rotativa por la programación durante un tiempo acotado. Suelen estar desarrolladas en distintas piezas que remiten a la misma temática y guardan un criterio estético y artístico uniforme. Pueden usarse también como disparadores de espacios de formación y capacitación en las respectivas temáticas. Por su formato breve y sintético permiten ser usadas en distintos canales de circulación al mismo tiempo. El equipo de producción está formado por personas que conocen la temática en cuestión. La campaña tiene un sentido educativo, de generación de conciencia o de prevención y toma posición respecto del tema que se pretende comunicar. Debe estar compuesta por no menos de 5 spots, de una duración de 45 segundos, y su frecuencia de emisión es variable, pudiendo emitirse una o varias veces por día durante un periodo de 4 meses.

### I. Objetivos y motivación del proyecto

Se deberán describir los objetivos principales y la motivación que impulsa a la productora a realizar este proyecto. Puede completarse a partir de las siguientes preguntas: ¿para qué queremos llevar adelante esta propuesta? ¿Qué queremos lograr en términos de incidencia en la realidad local, regional o nacional? ¿Qué interés tiene el equipo de producción en desarrollar este tema en particular? ¿Con qué conocimientos y experiencias previas cuenta respecto al tema del programa? (extensión sugerida: entre 500 y 600 palabras)



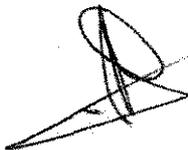
II. Datos del proyecto			
Se deberá completar los siguientes datos sobre el contenido del proyecto, marcando con una cruz (x) en caso de ser necesario o completando los datos requeridos.			
1. Título de la campaña			
2. Temáticas que aborda (ver Punto 7 del Reglamento)			
Infancia		Adicciones	Trabajo
Juventud		Seguridad Vial	Cooperativismo
Salud Mental		Migrantes	Deporte
Género		Ambiente	Violencia Institucional
3. Público al que está orientado (marque con una x)			
	Segmentación de acuerdo con franja etaria		
	Infantil		
	Adolescencia		
	Juventud		
	Adultos		
	Adultos mayores		
	Otros		
	Otro tipo de segmentación (en caso de haber marcado "otros" en el punto anterior, describa el público al que el proyecto se orienta. Ej.: nivel socioeconómico, grupos objetivos, etc.).		
4. Franja horaria (marque con una x)			
	Primera mañana		
	Mañana		
	Mediodía		
	Primera tarde		
	Tarde		
	Noche		
	Trasnoche		
	Indistinto		

5. ¿Cuáles considera que son las fortalezas del proyecto respecto del aporte a la comunidad? (ej.: el mensaje a contar, la temática abordada, la música, el tratamiento estético, otros)

6. ¿Considera que alguna región o segmento poblacional del país se sentirán más atraídos por los contenidos de la campaña o estarán más interesadas en escucharlos? ¿Cuáles? ¿Por qué?

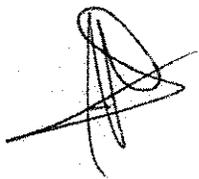
AFS	CSB
	



### III. Síntesis general del proyecto

Se deberá realizar una síntesis general acerca del contenido del proyecto.

Una síntesis es un escrito con un resumen general. Es un extracto de los aspectos más relevantes de la campaña y que tiende a formar una visión general de una manera resumida. La sinopsis por lo general no incluye una visión crítica del tema, sino que tiene como objetivo informar. (400 palabras aprox.).

F 0231



IV. Guión

Se deberá escribir la propuesta de guión de todos los programas

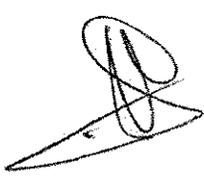
TÉCNICA (FX)	LOCUCIÓN
Indicaciones sobre música, audios, efectos especiales.	Indicaciones para el locutor del spot.
PRIMER SPOT	
SEGUNDO SPOT	
TERCER SPOT	
CUARTO SPOT	

RUB	COD.
A	

V. Propuesta estética narrativa

Se deberán describir todos los aspectos estéticos y narrativos que darán identidad al proyecto, y permitirán aportar coherencia y consistencia a los diferentes spots, como parte de una misma campaña. Para pensar en la dimensión estética narrativa tomamos en cuenta las características de la audiencia, el lenguaje y la cultura que predominan en la comunidad, las formas de hablar y comunicarse oralmente, la temática, las tradiciones musicales, entre otros aspectos. En diálogo con este entorno sociocultural, construimos nuestra propuesta artística, utilizando los distintos elementos del lenguaje radiofónico, como la música, los efectos y los silencios, y las posibilidades de la voz humana. (500 palabras aprox.)

Nº	COD.
1	
2	
3	
4	
5	



**VI. Etapas y cronograma**

Deberá describir las etapas que conforman el proyecto y marcar con una cruz en qué mes se irán realizando. Algunas de las etapas a tomar en cuenta pueden ser: preproducción del programa y definición de la propuesta estética, planificación de guión y creación del demo, puesta en el aire, reuniones de evaluación, replanificación, entre otras.

Etapas/Mes	1	2	3	4	5	6

**VII. Asociativismo**

Deberá describir si en el proceso de ideación, preproducción, producción y/o emisión del proyecto han participado, participan o tienen previsto participar otras entidades que puedan aportar temáticas, conocimiento, experiencia, recursos, etc., consignando quién/es es/son la/s entidad/es, la forma en que participaría/n y los aportes realizados al proyecto.

[Empty text area for describing associated entities]

NÚM.	COD.
1	



**VIII. Presupuesto y etapas de ejecución**

**1. Erogaciones correspondientes al subsidio (85% de total del proyecto.)**

**1.1. Gastos de capital (insumos y equipamientos)**

Deberá explicar todos los gastos correspondientes a insumos y equipamientos, con su respectivo presupuesto. Se deberá adjuntar al menos 1 (UN) presupuesto de respaldo. El gasto en este ítem sumado al de equipamiento representará el 20% del total del subsidio.

Descripción de equipamiento	Cantidad	Finalidad	Precio unitario	Presupuesto Total (en pesos)
<b>TOTALES</b>				

**1.2. Gastos corrientes: honorarios, gastos de producción, etc.**

**1.2.1. Honorarios**

Se debe detallar qué tareas de producción serán necesarias para el desarrollo del proyecto y qué costo tiene cada una, especificando el valor por mes, la cantidad de meses de trabajo y por el total del proyecto. El presupuesto en este ítem representará el 60% del total del subsidio.

Rol/tarea	Honorarios mensuales (en pesos)	Cantidad de meses (máximo 6)	Total (en pesos)
<b>TOTALES</b>			




**1.2.2. Producción**

Se deben detallar los gastos relativos al desarrollo de las tareas de producción del programa. El presupuesto en este ítem representará el 20% del total del subsidio.

Descripción	Cantidad	Finalidad	Precio unitario	Presupuesto Total (en pesos)
TOTALES				

RUB.	COB.



**2. Erogaciones correspondientes a la contraparte (15% de total del proyecto)**

Deberá describir los aportes que hará la organización como contraparte de los fondos solicitados al Fondo de Fomento. Esta contraparte deberá representar, al menos, el 15% del total del proyecto. Vale aclarar que la contraparte podrá ser superior al 15%, en caso de que la organización así lo requiera.

**2.1. Gastos de capital. Insumos y equipamientos**

Se deben detallar los gastos relativos a los insumos y equipamientos necesarios para desarrollar el proyecto que serán abonados con dinero de la contraparte

Descripción de gasto	Presupuesto Total (en pesos)
<b>TOTALES</b>	

**2.2. Gastos corrientes. Honorarios**

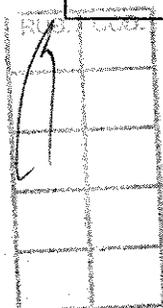
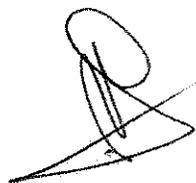
Se debe detallar qué tareas de producción serán necesarias para el desarrollo del proyecto, mediante fondos de contraparte.

Descripción de gasto	Presupuesto Total (en pesos)
<b>TOTALES</b>	

**2.2.2. Gastos corrientes. Producción**

Deberá incluir los gastos correspondientes a servicios contratados con fondos de contraparte (alquiler, electricidad, telefonía, catering, viáticos, etc.).

Descripción de gasto	Presupuesto Total (en pesos)
<b>TOTALES</b>	

**3. Resumen gastos proyecto**

Se deberán establecer los subtotales correspondientes a los rubros que aplican a los gastos del proyecto: insumos y equipamientos, honorarios profesionales y gastos de producción, discriminando el aporte por etapas y el del Fondo respecto del aporte propio.

**3.1. Total de erogaciones correspondientes al subsidio (85% del total del proyecto)**

**3.1.1. Gastos de capital, subsidio (insumos y equipamientos)**

Rubro	Presupuesto Total (en pesos)
1.1. Insumos y equipamiento	
<b>TOTAL GASTOS DE CAPITAL SUBSIDIO</b>	

**3.1.2. Gastos corrientes, subsidio. Recursos Humanos, honorarios, gastos de producción**

Rubro	Presupuesto Total (en pesos)
1.2.1. Honorarios	
1.2.2. Producción	
<b>TOTAL GASTOS CORRIENTES SUBSIDIO</b>	

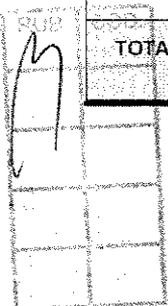
**3.2. Total erogaciones correspondientes a los gastos de contraparte (15% del total del proyecto)**

**3.2.1. Gastos de capital, contraparte (insumos y equipamientos)**

Rubro	Presupuesto Total (en pesos)
2.1. Insumos y equipamiento	
<b>TOTAL GASTOS DE CAPITAL CONTRAPARTE</b>	

**3.2.2. Gastos corrientes, contraparte (honorarios, gastos de producción)**

Rubro	Presupuesto Total (en pesos)
2.2.1. Honorarios	
2.2.2. Producción	
<b>TOTAL GASTOS CORRIENTES CONTRAPARTE</b>	




0231



4. Planilla de gastos final

Rubro	Total Etapa I 1º desembolso (en pesos)	Total Etapa II 2º desembolso (en pesos)	Presupuesto Total (en pesos)
TOTAL GASTOS SUBSIDIO			
GASTOS CAPITAL SUBSIDIO			
GASTOS CORRIENTE SUBSIDIO			
TOTAL GASTOS CONTRAPARTE			
TOTALES			

RUBRO	COD.
A	

**IX. Antecedentes del coordinador del equipo de producción y de sus integrantes**

Deberá describir los antecedentes, formación y experiencia de cada uno de los integrantes del equipo de realización.

[Empty box for text entry]



RUB	COD.
	

**Presentación de la demo en CD**

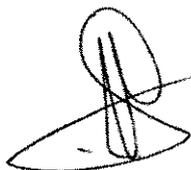
- Spot: se deberá presentar un CD con un demo de 45 segundos correspondientes a uno de los spots de la campaña
- Formato de presentación: mp3, calidad no menor a 256 KBPS, estéreo.

**Documentación que debe acompañar la presentación (ver detalles en el Reglamento)**

- Hoja impresa del registro FOMECA realizado de forma online.
- Fotocopia certificada de la Resolución de otorgamiento de la Personería Jurídica o Reconocimiento por parte del INSTITUTO NACIONAL DE ASUNTOS INDÍGENAS (INAI) u organismo provincial competente.
- Fotocopia certificada de los Estatutos.
- Fotocopia certificada del Acta donde conste la última designación de autoridades.
- Constancia del CUIT.
- Constancia de CBU cuenta corriente/caja de ahorro de la entidad.
- Fotocopia de la inscripción en el Registro Público de Señales y Productoras.
- Formularios de alta de beneficiario (3 formularios completados y uno de ellos certificado por la entidad bancaria), para el pago del Tesoro de la Nación (FORMULARIO III).
- Tres (3) presupuestos con membrete de los proveedores.

Declaro que los datos consignados en el presente formulario son fidedignos y los mismos tienen la validez de una declaración jurada. Asimismo, declaro haber leído el REGLAMENTO DEL FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE (FOMECA) / LINEA 7 / 2015 / PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS PARA PRODUCTORAS / CAMPAÑA COMUNITARIA y aceptar las condiciones allí establecidas.

RUB.	COD.
M	



\_\_\_\_\_  
Firma Representante

\_\_\_\_\_  
Aclaración

\_\_\_\_\_  
Entidad