Bases y condiciones para el concurso de producciones radiofónicas en la Radio de la Universidad Nacional de General Sarmiento- La Uni Radio FM 91.7

1. La RADIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE GENERAL SARMIENTO- LA UNI RADIO, convoca a realizadores de producciones sonoras al concurso de PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS que tiene como eje central la promoción de la participación de la comunidad universitaria y de la comunidad en general a la grilla de programación de la radio universitaria.
2. El objeto de este concurso es brindar acceso a la circulación de la palabra a las y los actores que forman parte de la comunidad universitaria, y de la comunidad territorial en general, como forma de cumplir con los valores presentes en el estatuto de nuestra universidad, promoviendo los derechos a la comunicación en el marco de la protección de los derechos humanos fundamentales.

PARTICIPANTES

3. El concurso está dirigido a personas físicas de la comunidad universitaria relativa a la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), y a las personas físicas que pertenecen a la comunidad territorial de nuestra universidad, con formación y/o experiencia en la realización de producciones radiofónicas.
4. Sólo se podrán presentar proyectos de manera grupal. Los equipos, deberán estar compuestos por al menos 4 (cuatro) personas a desempeñar los siguientes roles: una persona que realice la **coordinación de producción y coordinación de aire;** una persona en la **conducción;** una persona en la **co-conducción y;** una persona en la **producción.** De todas estas personas -al menos 1 (una)- deberá contar con experiencia en la realización de producciones radiofónicas. Esta persona será responsable de asegurar la continuidad y finalización de la producción en el período que establece el presente concurso.
5. Cada participante podrá presentar sólo UN (1) proyecto.
6. La participación en el concurso es gratuita.

PROYECTOS

7. Los proyectos que se presenten serán incorporados a la grilla de programación de La Uni Radio. Sólo aquellos equipos que resulten ganadores tendrán la obligación de ejecutar la producción en cuestión.
8. El estatuto de la UNGS afirma que la enseñanza y la comunicación de conocimientos de

manera crítica y democrática son prioritarias y deben hacerse a partir de sus actividades principales: la formación, la investigación, la promoción del desarrollo tecnológico y social y la promoción de la cultura en todas sus manifestaciones son sus pilares fundamentales. De esta forma se espera contribuir al desarrollo local, nacional, regional e internacional; al mismo tiempo, intervenir activamente en la realización de una sociedad democrática, justa e igualitaria.

Teniendo en cuenta este marco, se establece un listado de líneas temáticas prioritarias que pueden ser abordadas de manera amplia y transversal.

8.1 Ejes temáticos. La producción radiofónica deberá realizarse en torno a alguno de los siguientes ejes:

- Comunicación pública de la ciencia.
- Ambiente y cambio climático, cómo la discusión sobre el futuro del ambiente que habitamos.
- Derechos Humanos. Memoria, verdad y justicia. Derechos humanos básicos.
- Artes, Cultura, Música y Deportes.
- Conurbano.
- Géneros y nuevas identidades.
- Inclusión.
- Innovación y nuevas tecnologías.

9. La propuesta de producción radiofónica debe ser presentada por escrito y ser acompañada por un demo de no más de DIEZ (10) minutos. Este demo debe plasmar de forma clara los objetivos y el espíritu de la propuesta. La producción y edición de dicho demo queda a cargo del equipo de producción que realiza la presentación. El demo se deberá enviar en formato mp3 al siguiente correo: radio@campus.ungs.edu.ar
10. Podrán ser producciones de ficción, documental, humorística o periodística. Deberá tratarse de producciones originales e inéditas.

MODALIDAD DE PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

11. Para comprender, analizar y evaluar el proyecto**,** se deberán presentar obligatoriamente los siguientes documentos al siguiente correo electrónico radio@campus.ungs.edu.ar

11.1 Proyecto de Producción Radiofónica **(Ver anexo 1)**

11.2 Guión/Grilla de producción de la propuesta **(Ver anexo 2)**

11.3 Antecedentes (experiencia en radio abreviada) y datos personales junto con DNI

de cada persona que va a formar parte del staff permanente de la producción radiofónica, junto al rol sugerido a desempeñar.

11.4 Demo de DIEZ (10) minutos de duración en formato MP3.

12. En caso de resultar ganadora la producción, el conjunto de estos documentos configuran compromisos permanentes con la emisora con vigencia hasta la finalización del ciclo del programa.

CONVOCATORIA

13. Fíjese el período para la presentación de los proyectos desde el martes 01 de diciembre de 2026 al jueves 31 de diciembre de 2026 inclusive, cerrando en dicha fecha las inscripciones del llamado a concurso.
14. La presentación del proyecto deberá realizarse por mail (radio@campus.ungs.edu.ar) conteniendo la documentación requerida en el punto 11 (MODALIDAD DE PRESENTACIÓN DEL PROYECTO), en el asunto del mail aclarar “CONVOCATORIA - PRIMER SEMESTRE 2027 - PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA”, más el nombre de fantasía del proyecto radiofónico.
15. No se aceptarán proyectos enviados fuera del plazo estipulado en la presente.

DEL JURADO

16. La Dirección de la Radio de la UNGS designará un jurado integrado por profesionales del medio. Una vez evaluados los proyectos radiofónicos, se publicarán aquellas producciones preseleccionadas a través del sitio web de la emisora (www.launiradio.com.ar).

DE LA PRESELECCIÓN Y SELECCIÓN

17. Cerrada la recepción de los proyectos, la Dirección de la radio junto con el JURADO propuesto *preseleccionará hasta* DOCE (12) propuestas.

18. Asimismo, se *preseleccionarán* otras CINCO (5) propuestas de producciones radiofónicas suplentes asignándoles un Orden de Mérito, las que serán incluidas en la preselección en la medida que el Jurado haga lugar a posibles impugnaciones.
19. Los proyectos *preseleccionados* participarán de la *selección final* del concurso.
20. El listado de la preselección será publicado en la página web de la Radio y será informado por correo electrónico a quienes se hayan postulado.
21. En caso de no recibirse producciones que cumplan las presentes Bases y Condiciones, el concurso podrá ser declarado desierto.
22. Tanto en la preselección como en la selección final, se realizará una evaluación de cada trabajo, teniendo en cuenta, entre otros, los siguientes criterios definidos:

    22.1 Coherencia temática. Adecuación de los proyectos a los ejes temáticos.

    22.2 Creatividad de la producción radiofónica, riqueza de los recursos a utilizar.

    22.3 Carácter local/regional de la temática elegida, presentación de experiencias desarrolladas en algunas de las localidades de referencia a la UNGS.

    22.4 Originalidad en la idea o concepto. Innovación en el abordaje del tema elegido, visibilización de perspectivas poco difundidas.

    22.5 Viabilidad del proyecto.
23. La declaración de las producciones ganadoras se formalizará mediante comunicado oficial realizado desde la Dirección de la Radio la cual será inapelable. Asimismo, dicha selección será publicada en la página web de la emisora, y se notificará a los equipos ganadores.
24. Las/Los/Les responsables de los proyectos ganadores deberán firmar un *ACTA COMPROMISO* con la Dirección de la Radio de la Universidad Nacional de General Sarmiento para la realización de la producción radiofónica en los tiempos que se estipulan al efecto. Ante el incumplimiento de los plazos y condiciones establecidas en dicho instrumento (ACTA COMPROMISO) y en las presentes, la Dirección de la Radio podrá declarar la caducidad de la producción radiofónica del equipo en cuestión.

CALENDARIO

25. Fíjese el siguiente cronograma para las distintas fases o etapas del concurso:

    - Presentación de proyectos: Desde el martes 01 de diciembre al jueves 31 de diciembre de 2026 inclusive.
    - Período de preselección: Del lunes 01 al viernes 19 de febrero de 2027.
    - Publicación en el sitio web de la Radio de los proyectos *preseleccionados* y *suplentes*: semana del 22 de febrero de 2027.
    - Período de evaluación y selección final del jurado: a partir de la semana del 01 de marzo de 2027.
    - Salida al aire de las producciones ganadoras: semana del 15 de marzo de 2027.
    - Finalización de la salida al aire de las producciones ganadoras: semana del 12 de julio de 2027.

DERECHOS DE AUTORÍA

26. Cada una de las producciones radiofónicas deberán ajustarse a las siguientes condiciones: Atribución (reconocimiento de los derechos de autoría sobre la obra) / Compartir Obras Derivadas Igual (se permite la creación y explotación de obras derivadas siempre que se mantenga esta misma licencia al ser divulgada), debiendo presentar firmada una *"Autorización de Uso de Imagen y/o voz"*, en calidad de declaración jurada junto con la suscripción del *"Acta Compromiso"* por la cual se autorice a la Dirección de la Radio de la Universidad Nacional de General Sarmiento, sin limitación temporal o territorial alguna, disponer sin costo alguno y bajo cualquier modalidad, su emisión, reproducción (total o parcial), comunicación pública y su distribución en cuantas oportunidades conviniere a su exclusivo criterio, a través de cualquier formato existente o a crearse, incluyéndose asimismo la facultad para reducir o desgravar los guiones, diálogos, entrevistas de la obra, para distribución, reproducción y/o duplicación en formatos y medios gráficos o digitales, ya sea existentes o futuros, destinados exclusivamente a sus fines.

EMISIÓN DE LAS PRODUCCIONES GANADORAS

27. La Dirección de la Radio utilizará las producciones ganadoras para difundir a través de diversos medios y soportes los derechos de las audiencias de la radio a una comunicación democrática que promueva la igualdad y el derecho a la comunicación.
28. Las producciones tendrán la obligación de emitir un programa semanal dentro del periodo establecido en el calendario del presente documento. Las producciones se emitirán en vivo con una duración de UNA (1) hora, de forma semanal durante la “PROGRAMACIÓN DEL SEMESTRE”. El período para la salida al aire es el establecido en los tiempos que fija el apartado CALENDARIO (punto 25) del presente concurso.
29. Las propuestas ganadoras finalizarán sus emisiones en las fechas establecidas por el presente concurso. En caso de querer renovar sus emisiones en una próxima temporada deberán presentarse a una nueva convocatoria.
30. Las personas de los equipos de las producciones radiofónicas seleccionadas deberán participar de actividades de capacitación, grabación de pilotos y reuniones de evaluación que organice la Dirección de Radio durante el proceso anterior y posterior de salida al aire; según así lo disponga la emisora.
31. La Dirección de la Radio podrá solicitar eventualmente a los equipos de producción balances de las actividades realizadas por los participantes acerca de logros, dificultades, y todo otro dato de utilidad en vistas al mejoramiento continuo de la propuesta radiofónica y para mantener la calidad de producción en el aire de la Radio universitaria.
32. Será plena decisión de La Dirección de Radio quien designe día y horario para la emisión de la producción radiofónica, según los objetivos y criterios de la programación.
33. En el caso que el equipo de la producción proponga realizar eventos que sean difundidos/convocados “al aire”; deberá ser informado y acordado previamente con la Dirección de la Radio.

34. La Dirección de la Radio podrá disponer de los horarios de la grilla y levantar, aviso previo mediante, los programas que fueran necesarios para la transmisión de eventos culturales, deportivos, políticos o institucionales de relevancia y/o de interés público o universitario. De la misma manera podrá utilizar los minutos de aire que sean necesarios para cumplir con las obligaciones que dispone el ENACOM para las emisoras públicas, como la transmisión de Cadenas Nacionales y otros.
35. Las producciones que manifiesten intenciones de incorporar el formato de streaming de video, en la plataforma y el formato que sea, deberán contar con el acuerdo y la autorización de la dirección de la radio.

ORGANIZACIÓN DEL AIRE: TANDAS Y ESPACIOS DE PUBLICIDAD.

36. En La UNI Radio las horas se dividen cada 15 minutos. La organización y el contenido de esos espacios publicitarios e institucionales es decisión y responsabilidad de la Dirección de La UNI Radio.

LÍMITES.

37. No se podrá promover producciones radiofónicas que, dentro de su equipo, en sus mensajes a emitir contengan:

    37.1 Por acción u omisión, de manera directa o indirecta, explícita o implícita, promueva, difunda o favorezca la discriminación, exclusión o diferencia por motivos de raza, religión, nacionalidad, ideología, opinión política, filosófica o gremial, sexo, género, identidad, posición económica, condición social, grado de instrucción o caracteres físicos.

    37.2 Incite, de forma directa o indirecta, a situaciones de violencia o comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.

    37.3 Manifiestamente menoscabe, obstaculice o perturbe las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias.

37.4 Induzca a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier agrupación política u organización social.

37.5 Contenga orientación partidaria. El manejo de los medios e instrumentos publicitarios de los que haga uso el sector público estatal, no deberá tener puntos de similitud conceptual, gráfica o visual con ningún partido político.

37.6 Provoque el descrédito, denigración o menosprecio, directo o indirecto, de una persona física o jurídica, privada o pública.

37.7 Contenga información engañosa, subliminal o encubierta.

37.8 Tenga como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los funcionarios partidarios en términos personales. Exceptuase de la presente a la publicidad regulada en favor de los partidos políticos durante las campañas electorales y aquella otra particularmente prevista en leyes especiales".

38. El incumplimiento de los compromisos de emisión (punto 28) y de organización establecidos en el acta acuerdo (punto 24), y en los anexos de la presentación del proyecto (punto 11), será considerado una falta que habilitará a la dirección a evaluar la continuidad del programa.
39. La emisión de publicidad en formato tradicional o no tradicional deberá contar con previo acuerdo y autorización de la Dirección de la emisora. Al igual que las producciones radiofónicas, la publicidad estará sometida a los límites establecidos en el punto 37.

DISPOSICIONES GENERALES

40. La participación en el presente Concurso implica el conocimiento y aceptación de todo lo establecido en el mismo. En el caso de incumplir alguno de los puntos del presente, la Dirección de la Radio de la Universidad Nacional de General Sarmiento, tendrá la potestad de revisar la continuidad y/o rescindir la producción en la grilla de programación de la emisora de forma inmediata.
41. Cualquier hecho no previsto en las presentes bases será resuelto por la Dirección de la Radio.