

ANEXO A

VADEMÉCOM¹

Pistas para presentar proyectos exitosos a las convocatorias de Comunicaciones

Advertencia

Si está leyendo este vademécom es porque usted y su equipo de trabajo están interesados en participar con una idea o un proyecto en algunas de las convocatorias de la Dirección de Comunicaciones.

Esto significa que:

- Tiene una idea o un proyecto que se enmarca las políticas y criterios del Ministerio de Cultura de Colombia.
- Cumple con los requisitos para participar.
- Sabe que su propuesta es potente e innovadora.
- Es consciente de que entra en una competencia y que, no importa quién es o de dónde viene, va a participar con otros colegas igual de talentosos que usted con proyectos interesantes y en igualdad de condiciones.
- Dependiendo de la convocatoria a la que se presenta, sabe que, si se gana el estímulo, es responsable de una serie de compromisos que asume ante el Ministerio de Cultura, quien promueve esta convocatoria.
- El estímulo que puede recibir viene de recursos públicos y por eso tiene un compromiso ante los ciudadanos de hacer un excelente uso de los dineros, lo cual se traduce en un proceso transparente y en resultados de excelente calidad.
- Revise, por favor, nuevamente el listado anterior y reflexione si está sintonizado con sus motivaciones para participar. Si es así, siga adelante.

Recomendaciones generales

Encontrará una serie de recomendaciones que hemos redactado a manera de listado de verificación. Para su fácil comprensión, están listadas en primera

.....

¹ Sabemos que el término real es 'vademécum'. El título de este texto resulta de poner la palabra vademécum y su significado al servicio de las convocatorias de estímulos que propone la Dirección de Comunicaciones. De ahí este neologismo: vademécom.

persona así:

- He leído los Requisitos Generales de Participación de la Convocatoria de Estímulos 2019, tanto en sus aspectos generales, los requerimientos administrativos, la convocatoria que me interesa y estoy de acuerdo con su contenido.
- Conozco el estado de mi proyecto y puedo diferenciar a cuál convocatoria debo aplicar. Si el proyecto no está del todo claro lo mejor es aplicar a una convocatoria de desarrollo. Así, aprovecho esos recursos para darle mayor fuerza a mi idea, de manera que se convierta en un proyecto con altas probabilidades de ser producido.
- He leído el marco específico de la convocatoria y he revisado sus condiciones concretas. Comprendo totalmente su sentido, la expectativa sobre los proyectos que se presenten y los criterios de evaluación.
- He conformado un equipo de trabajo, en caso de requerirlo, con experiencia para la realización de mi proyecto, con afinidad en las formas de trabajo y con interés de seguir trabajando conmigo, en caso de resultar favorecidos.
- Reconozco que el producto que resulte de mi proyecto, en caso de salir favorecido en la convocatoria, circulará a través de ventanas y plataformas que no tienen un propósito de rentabilidad comercial y privada, sino pública y social. Por tanto, entiendo que cada uno de los componentes y etapas de la realización de mi proyecto y el producto final, cumplen con altos estándares de calidad y son afines con los propósitos de la televisión y la radio pública, comunitaria, local sin ánimo de lucro y los portales y plataformas abiertas y democráticas.
- Pongo especial atención a los requerimientos administrativos; les doy la misma importancia que a la propuesta técnica. Solicito los documentos que soportan la experiencia y el proyecto con tiempo.
- Sé que una gran idea que está mal escrita, pierde toda su fortaleza. Presto mucha atención a la redacción; que sea concreta y describa exactamente lo que quiero decir. Una coma o un punto inexistente o mal puesto, puede cambiar por completo lo que quiero decir.
- Reviso mi entrega una, dos, tres o las veces que sean necesarias de manera que tenga la seguridad de que está completa en lo técnico y en lo administrativo.

Importante: coherencia

- La escritura de un proyecto comunicativo debe relacionar los elementos que lo componen coherentemente. La promesa inicial se expresa en las primeras líneas que describen su proyecto, sea el tema, la idea central y

la sinopsis. De allí que sea muy importante que esté en completa sintonía con la categoría en la que se presenta.

- Puede suceder que usted tiene una idea interesante, pero no piensa en un público. Pierde una oportunidad valiosa de comunicarse con un grupo significativo de ciudadanos. Por esto, es importante, por un lado, tener siempre en mente que su proyecto está dirigido a alguien más, a quien debe conocer y con quien espera establecer una relación por medio de la idea que pone en juego. Por otra parte, esa audiencia debe ser la apropiada para su idea, en términos de edad, características culturales, género, motivaciones, necesidades, entre otros descriptores que puede mencionar en su proyecto.
- La descripción cualitativa de su proyecto (como sinopsis, estructura narrativa, metodología, investigación, recursos sonoros, digitales o audiovisuales) le dan soporte, claridad y credibilidad a la idea con la que se comprometió.
- El plan de trabajo, definido a partir del cronograma, y el presupuesto hacen que su idea sea viable y que se haga realidad. Si deja de pensar en algunos aspectos, su proyecto puede quedar cojo; si se sobrepasa en recursos, está desperdiциándolos y afectando de alguna manera al sector.

En resumen, dese un tiempo para...

- Leer atentamente los términos de referencia y todos los requerimientos.
- Pensar si esta convocatoria y esta categoría son las pertinentes para su proyecto.
- Redactar cuidadosamente su proyecto y producir los soportes de su idea, en caso de que sea requerido.
- Revisar todos los documentos de su entrega.

Si gana el estímulo en su categoría, ¡FELICITACIONES! El trabajo apenas inicia, así que recuerde que se trata de un producto o un resultado con relevancia cultural, de circulación pública y de potencial internacional.