

BASES TÉCNICAS DEL CONCURSO PÚBLICO DE LA LÍNEA DE FOMENTO PARA LA CREACIÓN Y PUBLICACIÓN LITERARIA EN LENGUAS INDÍGENAS

1. INTRODUCCIÓN

La línea de fomento a la creación y publicación literaria en lenguas indígenas está pensada para expandir la literatura ecuatoriana, y visibilizar la diversidad sonora, estética y simbólica de las lenguas indígenas habladas en el territorio ecuatoriano. Ésta comprende la entrega de incentivos económicos para seis (6) proyectos poéticos bilingües inéditos, cuyos productos serán publicados digitalmente y promocionados en el mercado editorial ecuatoriano e internacional.

Este concurso público está destinado a poetas, artistas, gestores culturales o docentes de los pueblos y nacionalidades indígenas que certifiquen el dominio de su lengua a través de la Secretaría del Sistema de Educación Intercultural Bilingüe; y avalen su pertenencia a un pueblo o nacionalidad.

Para que un proyecto pueda aplicar a esta línea de fomento, se requiere una contraparte de servicios editoriales.

Para fines de este concurso público, se considera poesía a una composición literaria, generalmente estructurada en verso, permitiendo el uso del verso libre y prosa poética y otras formas expresivas propias de cada lengua.

2. OBJETIVOS DE LA LÍNEA DE FOMENTO

- a. Apoyar el proceso creativo para la producción de un poemario bilingüe (lenguas indígenas y castellano).
- b. Promover el proceso creativo y editorial en lenguas indígenas ecuatorianas mediante incentivos económicos.
- c. Difundir y promocionar la creación literaria de autores que tengan como lengua materna, una lengua indígena.
- d. Incentivar el uso (oral y escrito) de las lenguas indígenas.

3. DETALLE DEL INCENTIVO DE LA LÍNEA DE FOMENTO

Para este concurso público se cuenta con un fondo de \$39.000,00. Este monto se distribuirá entre un grupo de 6 beneficiarios, que serán escogidos por los jurados externos según su puntaje de evaluación.

LÍNEA DE FOMENTO	MONTO LÍMITE DE CADA INCENTIVO (USD)	CANTIDAD DE INCENTIVOS	TOTAL (USD)	PLAZO DE EJECUCIÓN	MODALIDAD DE DESEMBOLSO	TIPO DE GARANTÍA
Concurso Público de Fomento para la Creación y Publicación Literaria en Lenguas Indígenas	6.500,00	6	39.000,00	6 meses	80% - 20%	Pagaré a la orden



4. USO DEL INCENTIVO

El incentivo debe cubrir todos los gastos que implique el trabajo creativo y editorial:

- a. Honorarios del autor (trabajo creativo) y de interpretación al castellano, por el 20% del valor total del incentivo.
- b. Registro de la obra en SENADI, según las tasas oficiales de costo de registros.
- c. Emisión del ISBN en la Cámara del Libro, aplica descuento si el postulante es miembro.
- d. Insumos para el trabajo creativo, producto del incentivo.
- e. Servicios editoriales:
 - Corrección de estilo para la versión bilingüe, respetando la fonética y ritmo y guardando coherencia para su interpretación al castellano.
 - Edición.
 - Diseño y diagramación de los productos.
 - Impresión digital (en formatos PDF, EPUB, etc.).
 - Publicación en plataformas virtuales de acceso libre para lectores que permitan la compra y/o descarga.
 - Distribución y comercialización (circuito comercial, bibliotecas, ferias, encuentros o eventos).

5. CALENDARIO DEL CONCURSO PÚBLICO

Nº	ETAPAS	DESDE	HASTA
1	Presentación del concurso público	08/12/2020	08/12/2020
2	Socialización del concurso público	09/12/2020	27/01/2021
3	Inscripción	14/12/2020	08/01/2021
4	Ronda de negocios	11/01/2021	12/01/2021
5	Postulación de interesados	14/01/2021	27/01/2021
6	Validación de requisitos de postulación por parte del IFCI	28/01/2021	04/02/2021
7	Notificación a postulantes cuyos proyectos presenten errores subsanables para su corrección inmediata	05/02/2021	05/02/2021
8	Subsanación de errores por parte de los postulantes notificados	06/02/2021	10/02/2021
9	Nueva revisión para admisibilidad de las postulaciones corregidas	11/02/2021	12/02/2021
10	Notificación a postulantes descalificados	17/02/2021	17/02/2021
11	Publicación de listado de proyectos que pasan a la etapa de evaluación técnica y notificación de proyectos descalificados	17/02/2021	17/02/2021
12	Evaluación técnica de las postulaciones por parte del Jurado Externo. Emisión de dictamen interno con los resultados.	18/02/2021	25/02/2021
13	Comunicación de resultados y evento de presentación de ganadores.	26/02/2021	26/02/2021
14	Entrega de documentos habilitantes	01/03/2021	12/03/2021

Nota: La fecha de la firma del convenio será la fecha de inicio del proyecto. Los 6 meses corren a partir de ese momento.

6. INSCRIPCIÓN AL CONCURSO

Las personas interesadas en participar en este concurso público, deberán inscribirse en el siguiente formulario: www.servicioscreatividad.gob.ec/artesliterarias, y especificar si cuentan o no con el certificado de suficiencia lingüística y una contraparte que provea los servicios editoriales

En este formulario deberán consignarse los datos personales del interesado en postular e información sobre algunos requisitos habilitantes.

El IFCI gestionará con la Secretaría del Sistema de Educación Intercultural Bilingüe – SESEIB una convocatoria para los exámenes de suficiencia lingüística, requisito para la emisión del certificado (Anexo 1: Contactos Direcciones Zonales SESEIB); y motivará una ronda de negocios con editores y editoriales.

7. RONDA DE NEGOCIOS

Si el postulante no cuenta con una contraparte que pueda proveer de servicios editoriales para la publicación de su obra, el IFCI coordinará una *ronda de negocios* durante un evento programado, conforme las etapas del concurso público.

8. CONDICIONES PARA LA POSTULACIÓN

- a. Ser persona natural, ecuatoriana, mayor de edad, residente en Ecuador o en el extranjero.
- b. Ser poeta, artista, gestor cultural o docente de los pueblos y nacionalidades indígenas que acrediten el dominio de su lengua a través de un certificado de eficiencia lingüística, emitido por la Secretaría del Sistema de Educación Intercultural Bilingüe; y avalen su pertenencia a un pueblo o nacionalidad, mediante un documento emitido por organizaciones comunitarias, federaciones, cabildos, etc. oficialmente reconocidas.
- c. Cada postulante puede aplicar a este concurso público con un solo proyecto.
- d. El proyecto debe presentarse en idioma castellano.
- e. Desarrollar una obra inédita, que no haya sido publicada física o digitalmente. El producto de este trabajo creativo y editorial será un poemario de temática libre, de al menos 500 versos en la lengua seleccionada y su interpretación al castellano.
- f. Su versión final deberá ser publicada en formato digital y puesta en circulación a través de alguna plataforma virtual que permita la comercialización de la obra.
- g. Todo el proceso creativo y editorial, no excederá los 6 meses.
- h. Para que un proyecto pueda aplicarse a esta línea de fomento, se requiere una contraparte de servicios editoriales, de modo que la publicación pueda desarrollarse bajo las condiciones solicitadas en este concurso público.
- i. Leer y aceptar las condiciones establecidas en las bases de este concurso público.



9. INHABILIDADES

No podrán postular, ni ser beneficiarios de las asignaciones de recursos económicos, de carácter no reembolsable, aquellas personas naturales que se encuentren dentro de las siguientes causales:

- a. Quienes presten sus servicios en el Ministerio de Cultura y Patrimonio y en el Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación bajo cualquier modalidad prevista en la LOSEP y/o código del trabajo, o su cónyuge o conviviente en unión de hecho, o sus familiares comprendidos dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.
- b. Los miembros del Jurado Externo, su cónyuge o conviviente en unión de hecho o sus familiares comprendidos dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.
- c. Las personas naturales que hayan sido notificadas por el ICCA, el IFAIC y/o el IFCI con la terminación unilateral de un convenio con asignación de recursos, por causas imputables al beneficiario.
- d. Los beneficiarios del ICCA, el IFAIC y/o el IFCI, que no hayan liquidado sus convenios y/o mantengan obligaciones pendientes relacionadas con la ejecución de proyectos del fondo de fomento.
- e. Las personas naturales que se encuentren en mora con el IFCI, el Estado ecuatoriano o alguna de sus instituciones.
- f. Las personas que no se encuentren al día con sus obligaciones tributarias.
- g. Las personas con impedimento en el Ministerio de Trabajo.
- h. Las personas condenadas por delitos de: peculado, cohecho, concusión o enriquecimiento ilícito; y, en general, quienes hayan sido sentenciados por defraudaciones a las instituciones del Estado.
- i. Quienes presenten proyectos u obras artísticas producidas con fines publicitarios o cuyos contenidos induzcan a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos acorde a lo estipulado en el Artículo 19 de la Constitución de la República del Ecuador.

10. REQUISITOS PARA LA POSTULACIÓN

Las personas que cumplan con los requisitos, podrán postular su proyecto a través del siguiente link: www.servicioscreatividad.gob.ec

Los postulantes al ingresar a la plataforma de postulación deberán crear su cuenta, accediendo con su usuario y contraseña.

El postulante podrá dar seguimiento al estado del proceso, conforme a las etapas del presente concurso público. Todas las notificaciones correspondientes se realizarán a través de esta plataforma.

La información y documentación que se debe ingresar en el sistema de postulación es:

- a. Certificado de eficiencia lingüística emitido por la Secretaría del Sistema de Educación Intercultural Bilingüe, escaneado.
- b. Carta de aval o certificado de pertenencia a un pueblo o nacionalidad (documento emitido por organizaciones comunitarias, federaciones, cabildos, etc. oficialmente reconocidas), escaneada.
- c. Carta de compromiso de quien proveerá los servicios editoriales. Los editores o editoriales deberán estar registradas en el RUAC.
- d. Ficha Técnica de la obra a publicarse (título tentativo, número de versos aproximados al término de la escritura, público objetivo y descripción de la obra).
- e. Fragmento de la obra, entre 12 y 20 versos. Cada texto debe ser presentado en la lengua seleccionada y en su respectiva interpretación al castellano.
- f. Plan de uso del incentivo detallado con los valores por rubro para la ejecución del proyecto, sin superar el monto total de incentivo de \$6.500,00. Para ello, deberán llenar el formato disponible en la plataforma de postulación.
- g. Cronograma tentativo de trabajo para un período de 6 meses que incluya las siguientes etapas, debiendo llenar el formato disponible en la plataforma de postulación.



Nº	ACTIVIDAD
1.	Creación poética
2.	Edición y corrección de estilo*
3.	Diseño y diagramación del poemario*
4.	Impresión digital*
5.	Publicación en plataformas virtuales*
6.	Promoción de la obra y su autor*
7.	Distribución y comercialización*

*NOTA: estas actividades corresponden a los servicios editoriales.

- h. Plan de difusión, distribución y comercialización implica la descripción de las estrategias para la circulación y distribución de las obras que integran el proyecto editorial. Considerar la inclusión de acciones de mediación lectora, en bibliotecas, ferias, encuentros, eventos y otras.

El postulante deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- a. Se enfatiza revisar el *glosario de términos* (Anexo 2), creado para este concurso público, con el fin de establecer un criterio unificado bajo el que se desarrollará la propuesta y la ejecución del proyecto.

11. SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE LA OBRA

- a. Los Derechos de Autor deberán ser gestionados de mutuo acuerdo entre el proveedor del servicio editorial y el autor, de manera integral.

- b. El IFCI está facultado a citar uno o más fragmentos del poemario, con fines de comunicación pública o difusión, de manera no exclusiva y sin fines comerciales, como lo establece la legislación ecuatoriana, reconociendo siempre al autor de estos fragmentos.

12. PRODUCTO ENTREGABLE

El producto de este trabajo creativo y editorial será un poemario de temática libre, de al menos 500 versos en la lengua seleccionada y su interpretación al castellano, publicado en formato digital y puesto en circulación a través de alguna plataforma virtual que permita la circulación y/o comercialización de la obra.

Todo material impreso o digital que se genere durante la ejecución del proyecto seleccionado, deberá indicar la línea de Fomento de la cual fue beneficiario y el año.

En cuanto al uso de la imagen institucional, los logotipos del IFCI deberán constar en los créditos de la obra y en todo el material impreso y/o digital que se genere, durante el plazo que establezca el convenio. Los beneficiarios deberán regirse por las disposiciones contenidas en el Manual de Uso del Logo u otros instrumentos que se emitan para el efecto.

13. PÚBLICO OBJETIVO DEL PROYECTO EDITORIAL

Este trabajo creativo y editorial tiene como destinatarios a:

- a. Personas pertenecientes a pueblos y nacionalidades indígenas para fortalecer el uso de sus lenguas maternas.
- b. La comunidad académica en disciplinas de literatura, lengua, antropología y otras afines a la expresión artística y literaria para su estudio y divulgación.
- c. Los lectores interesados en la poética indígena.

Las obras resultantes podrán ser promocionadas y distribuidas en el circuito comercial editorial nacional e internacional.

14. ETAPAS DEL CONCURSO PÚBLICO

Este concurso público se desarrollará a través de las siguientes etapas:

a. Presentación del concurso público:

Evento virtual a desarrollarse como una de las actividades de la Feria del Libro de Quito 2020.

b. Socialización del concurso público:

Se realizarán diversas actividades o eventos de socialización para ampliar el impacto de la convocatoria.

c. Inscripción al concurso público:

Las personas interesadas en participar en este concurso público deberán inscribirse en el formulario establecido para el efecto.

El postulante deberá especificar si cuenta con una contraparte que pueda proveer de servicios editoriales para la publicación de su obra, así como del certificado de suficiencia lingüística.

d. Ronda de negocios:

En esta etapa el autor inscrito, presenta su propuesta creativa a los editores y editoriales que participen del evento. El objetivo es coordinar con un proveedor de servicios editoriales para poder postular y de resultar beneficiario, cumplir con el producto final de este concurso público.

e. Postulación de interesados:

El IFCI ha diseñado una plataforma para la postulación de los interesados en este concurso público. Es la única forma de registrar el proyecto y participar por el incentivo económico. Los postulantes deberán presentar su proyecto en idioma castellano y completar todos los campos y requisitos que se soliciten.

Este sistema requiere la creación de una cuenta, mediante un usuario y contraseña que debe ser de uso personal, y en la que el postulante podrá dar seguimiento al estado del proceso.

f. Proceso de admisibilidad:

La admisibilidad es el proceso mediante el cual se descartan las postulaciones que no cumplan con los requisitos formales de este concurso público, por ejemplo: no presentar los formatos entregados, enviar información falsa, omitir documentos que se solicitan como anexos, etc.

La admisibilidad será realizada por el equipo de la Dirección de Fomento Literario y Editorial del IFCI.

Los resultados de este proceso se reportarán en un formulario de CUMPLE - NO CUMPLE. Las propuestas que no cumplan con los requisitos mínimos pasarán al proceso de subsanación de la documentación.

Proyectos que presenten uno o varios documentos en blanco en la postulación, quedarán descalificados.

g. Subsanación de errores por parte de los postulantes notificados

Durante la etapa de subsanación y por una sola vez, el postulante podrá corregir información o documentos que presenten errores mediante el sistema de postulación. Si el postulante no atiende el pedido en el tiempo estipulado o los errores persisten, la postulación será descalificada definitivamente.

Proyectos que presenten errores subsanables en la postulación, podrán corregir información general y/o documentos de la misma. La ficha técnica, el fragmento de la obra, el plan de uso del incentivo y el cronograma tentativo no pueden ser modificados.



h. Evaluación técnica de las postulaciones:

La evaluación técnica consiste en la revisión individual de los proyectos presentados, por jurados seleccionados para este concurso público.

Esta revisión se realizará acorde a los parámetros de evaluación declarados en la rúbrica, desarrollada específicamente para este concurso público. Los puntajes, resultado del análisis, serán sistematizados y validados en un acta para la declaración de ganadores.

Los proyectos serán calificados sobre 100 puntos. Para la selección de ganadores, se considerarán los proyectos que tengan un puntaje promedio de los jurados igual o superior a 80 puntos. Si existiere un empate para la asignación de los 6 ganadores, se sumarán los valores de acciones afirmativas si el proyecto editorial incluye en sus contenidos temas relacionados a enfoque de género, interculturalidad, diversidad etaria, discapacidades y movilidad humana.

El dictamen emitido por el Jurado Externo será inapelable y no procederá ninguna impugnación o recurso administrativo. Emitido este dictamen, el IFCI comunicará públicamente los resultados, conforme las etapas del concurso público.

i. Comunicación de resultados:

El IFCI notificará los resultados de este concurso mediante los canales de comunicación institucionales. La lista de proyectos seleccionados también será publicada en la página web de la institución con la identificación del nombre del beneficiario, el año del concurso público y el nombre del proyecto. Adicionalmente, los ganadores serán notificados a través del correo electrónico declarado en el formulario de postulación.

15. PARÁMETROS DE EVALUACIÓN

La evaluación es un proceso técnico que busca minimizar la apreciación subjetiva de las obras. La evaluación de las propuestas recibidas en este concurso público se realizará a través de un Jurado Externo.

Para mantener el anonimato de los autores frente al jurado, el postulante no debe incluir su nombre o alguna forma de identificación en los documentos mencionados. De ser así, su postulación quedará descalificada.

El anonimato garantiza la imparcialidad del trabajo del Jurado Externo.

Los documentos que serán analizados por los jurados son:

- Ficha técnica,
- Fragmento de la obra,
- Plan de uso del incentivo,
- Cronograma tentativo,
- Plan de difusión, distribución y comercialización.

Para la ficha técnica y el fragmento de la obra, se evaluará la relación temática y estética, en el marco de la siguiente rúbrica:

PARÁMETROS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
Creatividad y originalidad	30%
Manejo del lenguaje	30%
Pertinencia cultural	40%

Para el cronograma y el plan de uso del incentivo se evaluará la coherencia en la distribución de los recursos durante la ejecución del proyecto.

16. PROCESO DE ADJUDICACIÓN Y FIRMA DEL CONVENIO

Una vez emitido el dictamen por el Jurado Externo, el IFCI notificará a los ganadores, mediante un correo electrónico. Previo a la firma del convenio, los beneficiarios deberán presentar ante el IFCI, en el plazo establecido, no mayor a diez (10) días laborables, los **documentos habilitantes** que se detallan a continuación; caso contrario, se entenderá como renuncia voluntaria al beneficio:

- a. Oficio dirigido al Director Ejecutivo del IFCI, en el cual señale expresamente la aceptación del incentivo otorgado, así como de las condiciones de ejecución del mismo (el oficio deberá contener la firma manuscrita con tinta azul o electrónica del beneficiario).
- b. Copia a color de la cédula de ciudadanía o pasaporte y papeleta de votación (con la fecha del último sufragio) del beneficiario.
- c. Certificación bancaria actualizada y suscrita de mantener cuenta activa en cualquier institución financiera del país, a nombre del beneficiario, a la cual se realizará la transferencia del incentivo asignado.
- d. Copia de una planilla de un servicio básico (agua, luz, teléfono) donde conste la dirección domiciliar actualizada del beneficiario (debe coincidir con la dirección registrada en el RUC y ésta debe ser la misma en el Formulario del BDE).
- e. Formulario del BDE. BP (de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento de Delitos).
- f. Documento de garantía girado a favor del Instituto de Fomento de la Creatividad y la Innovación (Pagaré de Buen Uso del Anticipo).

Este documento deberá ser suscrito por el beneficiario (y su cónyuge de ser el caso) y su garante (junto a su cónyuge de ser el caso). Adjuntar copias de cédulas de cónyuge y garantes.

- g. Copia del certificado digital del [Registro Único de Artistas y Gestores Culturales](#) (RUAC).
- h. Copia del certificado de eficiencia lingüística emitido por la Secretaría del Sistema de Educación Intercultural Bilingüe.
- i. Copia de la carta de aval o certificado de pertenencia a un pueblo o nacionalidad (documento emitido por organizaciones comunitarias, federaciones, cabildos, etc. oficialmente reconocidas).
- j. Carta de compromiso de quien proveerá los servicios editoriales, original.
- k. Copia del comprobante de la emisión de la firma electrónica por una entidad autorizada.



17. MODALIDAD DE DESEMBOLSO Y TIPO DE GARANTÍA

Los beneficiarios recibirán en calidad de anticipo el 80% del incentivo económico, posterior a la suscripción del Convenio de Fomento respectivo.

Para acceder al incentivo, se deberá presentar un pagaré a la orden a favor del IFCI, correspondiente al 80% del valor total otorgado, mismo que deberá mantenerse vigente hasta la suscripción del Acta de Cierre del Convenio de Fomento.

El desembolso del 20% restante del valor del incentivo, se lo realizará posterior a la suscripción del Acta de Cierre del Convenio de Fomento.

18. PROCESO DE SEGUIMIENTO

El seguimiento de la ejecución del convenio será realizado por el administrador asignado por la máxima autoridad del IFCI, quien podrá solicitar información, reportes periódicos y generar reuniones para verificar el avance, según la propuesta presentada. El beneficiario está en la obligación de atender estas solicitudes para el adecuado desarrollo del proyecto.

Para este proceso, el beneficiario del convenio deberá presentar al menos un **informe de avance** que describa y constate el 50% de su ejecución. Se anexarán a este informe, las actas de reuniones o acuerdos a los que se hayan llegado durante el proceso. Estas actas estarán firmadas por el administrador del convenio y el beneficiario. Este proceso de acompañamiento debe guardar coherencia con el cronograma presentado o sus reformas aprobadas.

19. PLAZO DEL CONVENIO Y PRÓRROGA

El convenio de fomento tendrá un plazo de vigencia de seis (6) meses, dentro de los cuales se entregará el poemario publicado digitalmente.

El plazo podrá ser prorrogado por causas de fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado ante la máxima autoridad del IFCI o su delegado, el mismo que no podrá superar el plazo de vigencia original del convenio.

La prórroga deberá solicitarse al menos con un mes de anticipación a la fecha de finalización del convenio.

20. LIQUIDACIÓN Y CIERRE DEL CONVENIO

Para proceder con el cierre del Convenio de Fomento y antes de que concluya el plazo vigente de éste, el beneficiario deberá presentar el **informe de ejecución del proyecto**, integrado por los siguientes documentos en soporte físico y digital (CD, DVD, USB, u otro):

- a. Versión final de la obra digital (bilingüe: castellano – lengua seleccionada) en formato PDF y que incluya un hipervínculo a la plataforma virtual donde se publicó.
- b. Copia del certificado de registro de la obra en SENADI.
- c. Copia de la emisión del ISBN por parte de la Cámara Ecuatoriana del Libro.

- d. Los contratos de Derechos de Autor gestionados de mutuo acuerdo entre el proveedor del servicio editorial y el autor.
- e. Reporte de gastos, según el formato establecido por el IFCI y en relación coherente al plan de uso del incentivo, presentado en la postulación y/o reajuste del presupuesto aprobado.
Al reporte de gastos deberán adjuntarse los justificativos de gasto por el 80% del incentivo otorgado (facturas, comprobantes de venta y otros documentos tributarios validados por la entidad financiera) y el 20% restante mediante una declaración juramentada.
- f. De existir, anexar otros documentos que respalden la ejecución del proyecto (registro fotográfico, notas de prensa, etc.).

Nota:

Si el beneficiario no justifica el incentivo asignado, se liquidará el monto y lo no ejecutado será restituido al Fondo de Fomento a las Artes, Cultura e Innovación.

21. TÉRMINOS PARA LA ACEPTACIÓN DE ESTAS BASES

La documentación e información que el postulante declare para este concurso público se presumirá veraz y auténtica.

Una vez que el postulante acepte los términos, condiciones y disposiciones previstas en estas bases, autoriza al Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI) o a la instancia que se designe, su verificación por los medios legalmente establecidos.

Con el registro, firma y envío de la postulación los participantes declaran que entienden y aceptan las condiciones de postulación del presente concurso público.

Además, ratifica que no se encuentra inmerso en ninguna de las inhabilidades establecidas.

ANEXO 1**CONTACTOS DIRECCIONES ZONALES****SECRETARIA DEL SISTEMA DE EDUCACION INTERCULTURAL BILINGÜE**

COORDINACIÓN ZONAL	DIRECCIONES
Nº 1	Ibarra (Esmeralda-Sucumbíos-Imbabura y Carchi) Av. Liborio madera 4-60 y Sucre (frente a la Basílica la dolorosa). Telf.: despacho:06 2603244 / 06 2953950 / 06 2610975
Nº 2	Tena (Pichincha Napo y Orellana) Av. Calle baños y av. 15 de noviembre/ Salida al Puerto Napo diagonal al hotel Cruzcaspy Telf. 06 2487564 / 2847565 / 2847566
Nº 3	Ambato (Chimborazo, Tungurahua, Pastaza y Cotopaxi) Av. Bolívar y Eugenio Espejo, esquina ex dirección de estudio Telf. 03 3700180 / 3700181
Nº 4	Portoviejo (Santo Domingo de los Tsáchilas y Manabí) Av. Ciudadela San José Calle principal y 4ta transversal por la policía nacional Telf. 05304691 / 05 3044047 / 053044565
Nº 5	Guayas/Milagro: (Los Ríos, Santa Elena, Bolívar, Guayas y Milagro) Av. 17 de septiembre entre av. Quito Telf. 04 3702190
Nº 6	Azuay: (Azuay, Cañar y Morona Santiago) Av. Calle guayacán y Av. Ordoñez Lazo, diagonal al edificio Astudillo Telf. 07 4075877 / 4075878
Nº 7	Loja: (El Oro y Zamora Chinchipe) Av. Olmedo 1023 entre Miguel Rio frio y Azuay Telf. 07 2573041 / 2573042
Nº 8	SUBSE DEL DIST. GUAYAQUIL: Guayaquil (Guayaquil, Zamborondón y Duran) Av. Plaza Dañin y Francisco Boloña(Edificio público del sector social Joaquín Gallegos Lara) (Markus) Telf. 04 3714460 / 3714463
Nº 9	Secretaria de Educación del Distrito Metropolitano de Quito: Quito Av. Amazonas Nº 54-451 y Av. Atahualpa. Telf. 02 2972900



ANEXO 2

GLOSARIO DE TÉRMINOS DEL CONCURSO PÚBLICO “LÍNEA DE FOMENTO DE CREACIÓN Y PUBLICACIÓN EN LENGUAS INDÍGENAS”

Antología

En el contexto literario, puede referirse a una colección de trabajos escritos del mismo género, de la misma temática o una selección del mismo autor.

Álbum ilustrado

La historia se narra mediante imágenes secuenciales, y podría contener un texto que interactúe con la gráfica. El tamaño y formato de las páginas, y la técnica y el estilo de ilustración son libres, pueden incluir collage y/o fotografía.

Audiolibro

Un audiolibro o libro hablado es la grabación de contenidos de un libro, leídos en voz alta y normalmente en formato digital. Puede ser locutado por una o más voces y sonorizado y/o musicalizado.

Cadena de valor del sector literario y editorial

PROCESO	DEFINICIÓN DEL SECTOR CULTURAL (Tomada de Sistema Integral de Información Cultural, Enero 2007 - diciembre 2014.)	ÁMBITO DE LA LITERATURA Y EDITORIAL
Creación	Referida a invención, exploración y concepción de contenidos que componen la materia prima de la industria cultural.	Autores: escritores, ilustradores, fotógrafos
Producción	Relativa a la reunión de elementos como suministros, equipamientos, equipo profesional, etc., necesarios para la materialización de expresiones culturales.	Editores, abogados, correctores de estilo, traductores, diseñadores editores, diagramadores, diseñadores, impresores, encuadernadores
Difusión	Comprendida por la llegada de las expresiones culturales al público mediante industrias masivas.	Agentes literarios, editoriales, comunicadores, mediadores de lectura, bibliotecarios
Promoción	Referida a toda actividad dirigida al público con el fin de facilitar la comprensión de toda expresión cultural mediante estrategias de marketing, con el fin de aumentar la audiencia.	Agentes literarios, editoriales, comunicadores, mediadores de lectura, bibliotecarios
Consumo/ Participación	Relativo al acceso a los productos culturales y participación de las experiencias culturales.	Librerías, bibliotecas, ferias

Cómic

Creación que relata una historia de manera secuencial en capítulos o números, mediante viñetas. La técnica y el estilo de ilustración son libres, pueden incluir collage y/o fotografía.

Creación

Etapas que inicia con la formulación de una idea, su desarrollo y alternativas o propuestas de prototipos. De esta fase se encargan los autores (escritores, ilustradores, diseñadores, etc.).



Cubiertas

Se entiende como la parte exterior que protege las páginas de un libro; también puede referirse a cada una de las partes (cubierta anterior, lomo y trasera o contracubierta) que cubre los pliegos de un libro.

Cuento

Narración breve con un argumento sencillo y una sola línea de acción.

Derechos Humanos (enfoque de DDHH)

- Diálogo intercultural
- Equidad de género
- Inclusión de personas con discapacidad
- Protección, apoyo y desarrollo integral de la niñez y adolescencia

Distribución

Etapas que se encargan de hacer llegar la obra a su público lector, mediante las redes y canales propuestos en el Plan de Trabajo. Se sugiere además acompañar la distribución mediante charlas, talleres y otros eventos.

Edición

Etapas que se centran en la preparación del producto. Incluye revisión editorial (revisión ortotipográfica, corrección de estilo, cuidado de la edición), diseño y diagramación, elaboración de gráfica, finalización de artes análogas o digitales para su reproducción.

Ensayo y crónica (no ficción)

Textos de no ficción que analizan o presentan diferentes aspectos de la sociedad.

Fanzines o prozines

Son relatos cortos sobre temas específicos. Utilizan combinación de gráficas, imágenes y texto. Son producciones artesanales que se distribuyen entre comunidades que tienen afinidad por los temas tratados. Los prozines tienen una ejecución más profesional.

Flip book

Un folioscopio, filoscopio o flip book es un libro que contiene una serie de imágenes que varían gradualmente de una página a la siguiente, para que, cuando las páginas se pasen rápidamente, las imágenes parezcan animarse simulando un movimiento u otro cambio. Flip book también puede referirse a un formato de libro digital que mediante programación pasa de una página a otra sin tener que recorrer el archivo, como en el caso de un archivo PDF no interactivo.

Formato

El término «formato» puede referirse a:

- Formato de **archivos**: JPEG, PSD, AI, TIFF, DOC, PDF, etc.
- Formato de **discos**: Windows, Mac, Iso 9660.
- Formato de **libro**: vertical, horizontal o apaisado, cuadrado.

Guardas

Es un díptico de papel que sirve como unión entre la cubierta y el cuerpo del libro: la primera de sus hojas va pegada al cartón de la cubierta y la otra al cuerpo del libro.

**Impresión Braille**

Es un sistema de impresión que en lugar de inyección de tinta, tóner o dispositivos térmicos, utiliza percutores para imprimir textos o imágenes simples empleando caracteres del alfabeto Braille. En una impresión en relieve, perceptible al tacto.

Insumos

Son objetos, materiales y recursos utilizados para desarrollar un producto o servicio final. Pueden incluir mobiliario, bienes fijos, máquinas, tecnología, materias primas, licencias de software, etc.

Libro desplegable

Es un producto editorial que utiliza tiras largas de papel, plegadas en forma de acordeón y que pueden unirse por uno o ambos extremos a cubiertas duras.

Microcuento

Son textos que narran historias de forma condensada, son obras cuya principal característica es la brevedad de su contenido.

Manuscrito

Se refiere a un documento escrito a mano, pero también puede referirse al documento impreso e inédito que entrega el autor a un editor para su revisión.

Novela

Narración en prosa, con varias líneas de acción que se entrelazan para contar una historia.

Novela gráfica

Es una creación que utiliza los principios de la narrativa gráfica de gran extensión. La novela gráfica es una combinación entre texto e ilustraciones, y puede incluir recursos fotográficos.

Obra inédita

Se refiere a una obra que nunca ha sido publicada o dada a conocer, sea de forma física, digital o virtual.

Páginas interiores

Se refiere al cuerpo del libro.

Poemario

Composición literaria, generalmente estructurada en verso. Se permite, para esta convocatoria el verso libre y prosa poética.

Pop-up

Es un tipo de libro móvil y se aplica a cualquier libro tridimensional, troquelado y desplegable que incluya transformaciones, efectos de túnel, ruedas con piezas móviles, solapas (flaps), pestañas (pull-tabs) y tiras (pull-downs), imágenes emergentes (pop-outs), y que funcionen de manera diferente.

Portada (portada interior)

Es la página interior que contiene una información más completa del libro: título de la obra, autor o autores, casa editorial, impresor, año, etc. El término «portada» suele confundirse con la cubierta anterior, por lo que en este glosario se añade la especificación de «portada interior».

Portadilla (o anteportada)

Es la primera página impresa de un libro y en la que se incluye el título del libro, normalmente con un tamaño de letra menor al utilizado en la portada.

Producto editorial

Se entiende como producto editorial al resultado del estudio y desarrollo de ciertas especificaciones, características y propósitos que lo convierten en un todo coherente, como: tamaño, número de páginas, precio y costo del libro; precio por página, papel, tintas, tema tratado, público objetivo, tipo de soporte.

Un producto editorial puede estar terminado en los siguientes soportes:

- Soporte editorial convencional: tipo libro (cubiertas, portada, páginas interiores, etc.), tipo revista, tipo afiche.
- Soporte editorial alternativo: interactivos, desplegables, fanzines y prozines, pop- ups.

Promoción

Etapas que se encargan de la difusión de la obra, incluye evento de presentación de la obra. Se sugiere además la promoción de la obra y del autor o autores mediante charlas, entrevistas, notas de prensa, videos de registro gráfico o audiovisual del proceso artístico y/o creativo.

Proyecto editorial

Un proyecto editorial es el plan de edición de una o algunas obras relacionadas entre sí, y entre otros elementos detalla:

- La posición o línea editorial frente a un tema o propuesta estética.
- Los productos que formarán parte.
- Las características propias del proyecto y las obras contenidas, que serán los lineamientos del trabajo futuro: enfoque global: estructura de la colección, número de títulos, calidad; contenido textual: intención que se busca, público objetivo, texto, tema tratado, enfoque; diseño y contenido gráfico: tamaño, número de páginas, tipografía, cromática, estilo y técnica para las ilustraciones; acabados y materiales: tipo de papel, calidad, gramaje, tipo de cubiertas, tintas; complementos: materiales extras, actividades relacionadas, otros soportes.
- Las características de su mercado o público lector, sus necesidades, ubicación o distribución geográfica y manera de contactarlo.
- Los productos o servicios similares (competencia), su diferenciación o especialización frente a ellos y las estrategias utilizadas.
- Un cronograma que contemple desde el inicio del trabajo editorial hasta su fecha de presentación y las estrategias que se utilizarán si el o los productos van ligados a fechas especiales (ferias, festividades, eventos específicos), a momentos del mercado (libros educativos) o a hechos coyunturales (políticos, culturales, deportivos).
- Un análisis de costos que relacione la inversión requerida con el precio de venta final; la demanda y sus fluctuaciones; productos complementarios; análisis de los consumidores, gustos, tendencias.
- Un organigrama que incluya a todos los colaboradores y su experiencia, tanto general como específica.
- Los recursos y medios materiales con los que se cuenta al inicio para llevar a cabo el plan de trabajo, y los que se necesitarán a futuro para su edición, impresión, promoción o difusión y distribución.

**Publicación**

Etapa que comprende el registro de la obra por medios impresos o digitales.

Realidad aumentada

Se usa para describir al conjunto de tecnologías que permiten añadir o superponer capas de información virtual a la información física existente (mundo real) a través de un dispositivo tecnológico con información gráfica añadida por este. De esta manera los elementos físicos tangibles se combinan con elementos virtuales, creando así una realidad aumentada en tiempo real.

Ronda de negocios

Se refiere a una reunión en la que un conjunto de actores se reúnen para generar alianzas comerciales y contactar posibles clientes y/o proveedores.

Soporte, sustrato

El término «soporte» puede referirse a:

- Soporte de almacenamiento de datos: papel, cinta de video, discos compactos, almacenamiento en disco duro, en la red, etc.
- Soporte de escritura: papel, servidores, pantallas, dispositivos módulos, transcritores de audio, etc.
- Soporte de publicación: físico, digital o virtual.

Verso

Es una oración que ocupa un espacio independiente, y generalmente va en una línea; varios versos conforman.



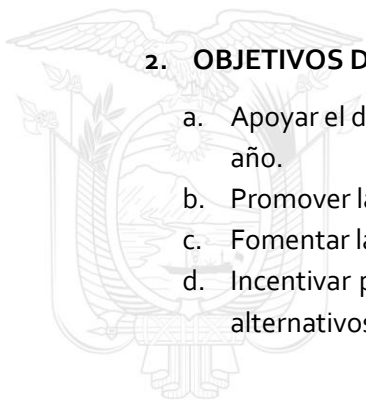


BASES TÉCNICAS DEL CONCURSO PÚBLICO DE LA LÍNEA DE FOMENTO PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS EDITORIALES

1. INTRODUCCIÓN

La línea de fomento para el desarrollo de proyectos editoriales está pensada para apoyar ideas e iniciativas innovadoras de editores, editoriales ecuatorianas y otros actores involucrados en el sector, otorgándoles un incentivo económico para el desarrollo de un proyecto. El apoyo que reciban los doce (12) proyectos editoriales seleccionados, beneficiará a toda la cadena de valor del libro, ya que esta línea está concebida para involucrar a todos los actores desde el proceso creativo hasta la circulación, a través de una oferta que incluye libros convencionales y productos editoriales alternativos.

Para fines de este concurso público, se considera a un proyecto editorial como una colección articulada gráfica y conceptual, que integra varios títulos o productos editoriales, dirigido a un público específico. Para ampliar el alcance de esta definición, consultar el *glosario de términos*.



2. OBJETIVOS DEL LA LÍNEA DE FOMENTO

- a. Apoyar el desarrollo de proyectos editoriales, mediante un incentivo económico durante un año.
- b. Promover la producción literaria escrita y/o narrativa gráfica.
- c. Fomentar la producción editorial, desde la creación hasta la promoción de obras literarias.
- d. Incentivar proyectos literarios que combinen la publicación en formatos convencionales y alternativos.

3. DETALLE DEL INCENTIVO DE LA LÍNEA DE FOMENTO

Este concurso público cuenta con un fondo de \$200.000,00, que será distribuido según el puntaje de evaluación de los jurados, hasta completar un grupo de 4 proyectos editoriales convencionales y 8 proyectos editoriales alternativos, acorde al siguiente cuadro:

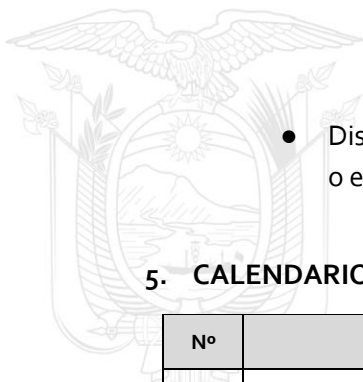
CONCURSO PÚBLICO DE FOMENTO PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS EDITORIALES						
CATEGORÍAS	MONTO LÍMITE DE CADA INCENTIVO (USD)	CANTIDAD DE INCENTIVOS	TOTAL (USD)	PLAZO DE EJECUCIÓN	MODALIDAD DE DESEMBOLSO	TIPO DE GARANTÍA
Producto editorial convencional	hasta \$25.000,00	4	\$100.000,00	1 año	80% - 20%	Pagaré a la orden
Producto editorial alternativo	hasta \$12.500,00	8	\$100.000,00	1 año	80% - 20%	Pagaré a la orden



4. USO DEL INCENTIVO

El incentivo debe cubrir todos los gastos que implique el trabajo creativo y editorial:

- a. Honorarios del autor (trabajo creativo del escritor y/o ilustrador).
- b. Registro de las obras en el SENADI, según las tasas oficiales de costo de registros.
- c. Emisión del ISBN de cada obra en la Cámara Ecuatoriana del Libro, aplica descuento si el postulante es miembro.
- d. Insumos para el trabajo creativo, que abarque el cumplimiento del objeto del convenio.
- e. Servicios editoriales:
 - Corrección de estilo.
 - Edición.
 - Diseño y diagramación de los productos.
 - Costos de publicación:
 - Impresión digital: Publicación en plataformas virtuales de acceso libre para lectores que permitan la compra y/o descarga; y/o
 - Impresión física: Impresión de prototipos y pruebas de color; impresión de libros de acuerdo a las características y terminados propuestos.
 - Distribución y comercialización (circuitos comerciales, bibliotecas, ferias, encuentros o eventos).



5. CALENDARIO DEL CONCURSO PÚBLICO

Nº	ACTIVIDADES	DESDE	HASTA
1	Presentación del concurso público	08/12/2020	08/12/2020
2	Socialización del concurso público	09/12/2020	24/01/2021
3	Postulación de interesados	16/12/2020	24/01/2021
4	Validación de requisitos de postulación por parte del IFCI	25/01/2021	08/02/2021
5	Notificación a postulantes cuyos proyectos presenten errores subsanables para su corrección inmediata	09/02/2021	10/02/2021
6	Subsanación de errores por parte de los postulantes notificados	11/02/2021	16/02/2021
7	Nueva revisión para admisibilidad de las postulaciones corregidas	17/02/2021	19/02/2021
8	Publicación de listado de proyectos que pasan a la etapa de evaluación técnica	22/02/2021	22/02/2021
9	Notificación a postulantes descalificados	22/02/2021	22/02/2021
10	Evaluación técnica de las postulaciones	23/02/2021	08/03/2021
11	Comunicación de resultados	09/03/2021	09/03/2021
12	Entrega de documentos habilitantes	10/03/2021	19/03/2021

Nota: La fecha de la firma del convenio será la fecha de inicio del proyecto. Los doce (12) meses corren a partir de ese momento.

6. CONDICIONES PARA LA POSTULACIÓN

- a. Ser persona natural o jurídica de derecho privado, registrada y verificada en el Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC), domiciliadas en Ecuador
 - En caso de persona natural, puede ser: ecuatoriana, residente en Ecuador o en el exterior; o extranjera, con residencia de al menos tres (3) años en Ecuador.
- b. Seleccionar una de las dos categorías propuestas para este concurso público con un solo proyecto en castellano. Los productos esperados deben ajustarse a las cantidades y extensiones mínimas definidas en la tabla diseñada para este fin, especificadas en el numeral 10.

El proyecto editorial propuesto podrá integrar obras inéditas, que no hayan sido publicadas física o digitalmente.

Se permite trabajar con obras en dominio público solamente en el caso de crear una obra derivada. Siempre debe mencionarse que se trata de una obra derivada y atribuir la autoría de la obra en dominio público. No se aceptarán proyectos editoriales de antologías.

- c. Incluir en el proyecto, la obra de al menos un autor emergente. Para este efecto y con fines de este concurso público, se considera un autor emergente a quien no haya publicado previamente.
- d. Considerar que todo el proceso creativo y editorial, no debe exceder los 12 meses.
- e. Publicar las versiones finales de la colección en:
 - Impresión digital, puestas en circulación a través de una plataforma virtual que permita su distribución o comercialización; y/o
 - Impresión física, publicadas en soporte físico.
- f. Leer y aceptar las condiciones establecidas en las bases de este concurso público y las definiciones que lo enmarcan, establecidas en el glosario de términos.

7. INHABILIDADES

No podrán postular, ni ser beneficiarios de las asignaciones de recursos económicos, de carácter no reembolsable, aquellas personas naturales y jurídicas que se encuentren dentro de los siguientes causales:

- a. Quienes presten sus servicios en el Ministerio de Cultura y Patrimonio y en el Instituto de Fomento a la Creatividad e Innovación bajo cualquier modalidad prevista en la LOSEP y/o código del trabajo, o su cónyuge o conviviente en unión de hecho, o sus familiares comprendidos dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

- b. Los miembros del Jurado Externo, su cónyuge o conviviente en unión de hecho o sus familiares comprendidos dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.
- c. Quienes hayan sido notificados por el ICCA, el IFAIC y/o el IFCI con la terminación unilateral de un convenio con asignación de recursos, por causas imputables al beneficiario.
- d. Los beneficiarios del ICCA, el IFAIC y/o el IFCI, que no hayan liquidado sus convenios y/o mantengan obligaciones pendientes relacionadas con la ejecución de proyectos del fondo de fomento.
- e. Quienes se encuentren en mora con el IFCI, el Estado ecuatoriano o alguna de sus instituciones.
- f. Las personas que no se encuentren al día con sus obligaciones tributarias.
- g. Las personas con impedimento en el Ministerio de Trabajo.
- h. Las personas condenadas por delitos de: peculado, cohecho, concusión o enriquecimiento ilícito; y, en general, quienes hayan sido sentenciados por defraudaciones a las instituciones del Estado.
- i. Quienes presenten proyectos editoriales con fines publicitarios o cuyos contenidos induzcan a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos acorde a lo estipulado en el Artículo 19 de la Constitución de la República del Ecuador.

8. REQUISITOS PARA LA POSTULACIÓN

Las personas interesadas en postular deberán presentar su proyecto a través de la plataforma del RUAC: <https://ruac.culturaypatrimonio.gob.ec/>

En caso de no encontrarse registrado, deberá crear y acceder con su usuario y contraseña a la plataforma de postulación.

Todas las notificaciones correspondientes a las etapas del concurso público se realizarán a través de esta plataforma.

La información y documentación que se debe ingresar en el sistema de postulación es:

- a. Descripción del proyecto.
 - Objetivo del proyecto editorial.
 - Conceptualización, debe describir la idea integral del proyecto y destacar los recursos creativos que puedan identificar al proyecto como innovador.
- b. Ficha Técnica de las obras a publicarse dentro del proyecto editorial.
 - Título tentativo
 - Género literario
 - Extensión aproximada de la obra
 - Público objetivo

- Sinopsis.
- c. Fragmento de cada obra.
 - En caso de contenidos escritos, no exceder de 500 palabras.
 - Para contenidos gráficos, una página de bocetos desarrollados específicamente para este concurso, y una ilustración que evidencie el estilo gráfico a desarrollarse, mediante un enlace a un repositorio virtual como: Drive, Dropbox, Mega, y otros;
 - Para proyectos que incluyan audiolibros, un fragmento del guión (hasta 500 palabras) y una muestra de la locución (hasta 3 minutos). La muestra de audio debe estar accesible mediante un enlace a un repositorio virtual como: Drive, Dropbox, Mega, y otros.
- d. Plan de uso del incentivo detallado con los valores por actividad para la ejecución del proyecto, sin superar el monto total de incentivo en cada una de las categorías. Para ello, deberán llenar los campos establecidos en la plataforma de postulación.
- e. Cronograma tentativo de trabajo para un período de 12 meses que incluya las etapas básicas de un proyecto editorial (creación, edición y corrección de estilo, diseño, ilustración, diagramación, impresión física o digital, publicación, distribución, comercialización, etc.), debiendo llenar los campos establecidos en la plataforma de postulación.
- f. Plan de difusión, distribución y comercialización implica la descripción de las estrategias para la circulación y distribución de las obras que integran el proyecto editorial. Considerar la inclusión de acciones de mediación lectora, en bibliotecas, ferias, encuentros, eventos y otras.
- g. Número de cédula de los participantes en el proyecto y definir su rol. Para el caso de los autores (escritores e ilustradores) y personas que brinden el servicio editorial (diagramadores, diseñadores, editores, correctores de estilo), se verificará que mantengan su cuenta actualizada en el RUAC.

El postulante deberá tomar en cuenta lo siguiente:

Se enfatiza revisar el glosario de términos, creado para este concurso público, con el fin de establecer un criterio unificado bajo el que se desarrollará la propuesta y la ejecución del proyecto.

9. SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE LAS OBRAS

- a. Los Derechos de Autor deberán ser gestionados de mutuo acuerdo entre el postulante y los autores, de manera integral.
- b. El IFCI está facultado a citar uno o más fragmentos de las obras que conforman el proyecto editorial, con fines de comunicación pública o difusión, de manera no exclusiva y sin fines comerciales, como lo establece la legislación ecuatoriana, reconociendo siempre al autor de estos fragmentos.

10. PRODUCTOS ENTREGABLES

Los productos de este incentivo serán parte de un proyecto editorial de temática libre, acorde a la tabla de extensiones mínimas por tipo de obra, y publicados en soporte físico y/o en formato digital. En el caso de obras digitales, deberán publicarse a través de una plataforma virtual que permita su circulación y/o comercialización.

La extensión de cada título o producto debe ajustarse a las recomendaciones mínimas del cuadro que se presenta a continuación. El límite máximo depende de la capacidad técnica y creativa del equipo editorial para ejecutar el proyecto en el tiempo definido y con los recursos asignados.

PRODUCTO EDITORIAL CONVENCIONAL		
PRODUCTO	DEFINICIÓN	EXTENSIÓN MÍNIMA
Novela	Narración en prosa, con varias líneas de acción que se entrelazan para contar una historia.	Se considera una obra de este producto al desarrollo de una novela de al menos ciento veinte (120) páginas.
Ensayo y crónicas	Textos de no ficción que analizan o presentan diferentes aspectos de la sociedad.	Se considera una obra de este producto al desarrollo de una novela de al menos ciento veinte (120) páginas por ensayo o crónica.
Libro de cuentos	Narración breve con un argumento sencillo y una sola línea de acción.	Se considera una obra de este producto al desarrollo de un libro de cuentos de al menos ciento veinte (120) páginas repartidas en varios cuentos o microcuentos con elementos en común.
Novela gráfica	Es una creación que utiliza los principios de la narrativa gráfica de gran extensión. La novela gráfica es una combinación entre texto e ilustraciones, y puede incluir recursos fotográficos.	Se considera una obra de este producto al desarrollo de una novela gráfica de al menos sesenta (60) páginas (historia concluida).
Cómic	Relata una historia de manera secuencial mediante viñetas. La técnica y el estilo de ilustración son libres, pueden incluir collage y/o fotografía.	Se considera una obra de este producto al desarrollo de un cómic de al menos sesenta (60) páginas, repartidas en 3 o más números secuenciales.
Álbum ilustrado	La historia será narrada mediante imágenes secuenciales, y podría contener un texto que interactúe con la gráfica. El tamaño y formato de las páginas, y la técnica y el estilo de ilustración son libres, pueden incluir collage y/o fotografía.	Se considera una obra de este producto al desarrollo de un álbum ilustrado de al menos 40 páginas, incluidas las cubiertas y guardas.
Publicaciones seriadas especializadas (revistas, periódicos, gacetas, boletines y otros)	Una publicación seriada especializada trata sobre un tema determinado e integra una variedad de artículos dirigidos a un público específico.	Se considera una obra de este producto al desarrollo de una revista, periódico, gaceta o boletín de al menos cuarenta (40) páginas y con una periodicidad determinada. Durante la vigencia del convenio, al menos deberán publicarse 4 números consecutivos.

En la categoría de producto editorial convencional, el beneficiario deberá justificar el desarrollo de al menos 3 obras, que incluyan todas las fases (creación, edición y corrección de estilo, diseño, ilustración, diagramación, impresión física y/o digital, publicación, distribución, comercialización, etc.) y que superen las extensiones mínimas sugeridas. Las combinaciones entre productos, quedan a discreción del beneficiario.



PRODUCTO EDITORIAL ALTERNATIVO		
PRODUCTO	DEFINICIÓN	EXTENSIÓN MÍNIMA
Fanzines o prozines	Textos sobre temas específicos. Pueden utilizar gráficos, imágenes, textos, o combinaciones entre ellos. Son producciones artesanales que se distribuyen entre comunidades que tienen afinidad por los temas tratados. Los prozines tienen una ejecución más profesional.	Se considera una unidad de este producto al desarrollo de al menos sesenta (60) páginas, cuerpos o secciones, que pueden distribuirse en tres (3) o más fanzines/prozines.
Flip book	Un folioscopio, filoscopio o <i>flip book</i> es un libro que contiene una serie de imágenes que varían gradualmente de una página a la siguiente, para que, cuando las páginas se pasen rápidamente, las imágenes parezcan animarse simulando un movimiento u otro cambio. Flip book también puede referirse a un formato de libro digital que mediante programación pasa de una página a otra sin tener que recorrer el archivo, como en el caso de un archivo PDF no interactivo.	Se considera una unidad de este producto al desarrollo de al menos tres (3) Flip books, cada uno de al menos ochenta (80) hojas impresas por un solo lado en un gramaje del sustrato (papel, acetato, otros) que permita una efectiva interactividad.
Libro Pop up	Es un tipo de libro móvil y se aplica a cualquier libro tridimensional, troquelado y desplegable que incluya transformaciones, efectos de túnel, ruedas con piezas móviles, solapas (flaps), pestañas (pull-tabs) y tiras (pull-downs), imágenes emergentes (pop-outs), y que funcionen de manera diferente.	Se considera una unidad de este producto al desarrollo de un (1) libro que contenga al menos ocho (8) elementos tridimensionales desplegables, repartidos en al menos ocho (8) páginas (incluidas cubiertas).
Libro desplegable	Es un producto editorial que utiliza tiras largas de papel, plegadas en forma de acordeón y que pueden unirse por uno o ambos extremos a cubiertas duras.	Se considera una unidad de este producto al desarrollo de un (1) libro desplegable que contenga al menos treinta y dos (32) secciones unidas en sus extremos a cubiertas duras.
Audiolibros	Un audiolibro o libro hablado es la grabación de contenidos de un libro, leídos en voz alta y normalmente en formato digital. Puede ser locutado por una o más voces y sonorizado y/o musicalizado.	Se considera una unidad de este producto al desarrollo de un (1) audiolibro, de una duración mínima de 40 minutos editado y terminado, a partir de una obra previa, de la que se tengan los correspondientes licenciamientos de los derechos de autor.
Libros interactivos	Es un producto editorial que se sirve de recursos tecnológicos como realidad aumentada, códigos QR, programaciones, animaciones, etc.	Se considera una unidad de este producto al desarrollo de un (1) libro interactivo de al menos treinta y dos (32) páginas, que incluyan los recursos citados.

En la categoría de producto editorial alternativo, el beneficiario deberá justificar el desarrollo de al menos 3 productos, que incluyan todas las fases (creación, edición y corrección de estilo, diseño, ilustración, diagramación, impresión física o digital, publicación, distribución, comercialización, etc.) y superen las extensiones mínimas sugeridas. Las combinaciones entre productos, quedan a discreción del beneficiario.

11. ETAPAS DEL CONCURSO PÚBLICO

Este concurso público se desarrollará a través de las siguientes etapas:

a. Presentación del concurso público:

Evento virtual a desarrollarse como una de las actividades de la Feria del Libro de Quito 2020

**b. Socialización del concurso público:**

Se realizarán diversas actividades o eventos de socialización para ampliar el impacto de la convocatoria.

c. Postulación de interesados:

El IFCI ha diseñado una plataforma para la postulación de los interesados en este concurso público. Es la única forma de registrar el proyecto editorial y sus productos para participar por el incentivo. Los postulantes deben presentar su proyecto en idioma castellano y completar todos los campos que se soliciten.

Este sistema requiere la creación de una cuenta, mediante un usuario y contraseña que debe ser de uso personal, y en la que el postulante podrá dar seguimiento al estado del proceso.

d. Proceso de admisibilidad:

La admisibilidad es el proceso mediante el cual se descartan las postulaciones que no cumplan con los requisitos formales de este concurso público, por ejemplo: no presentar los formatos entregados, enviar información falsa, omitir documentos que se solicitan como anexos, etc.

La admisibilidad será realizada por el equipo de la Dirección de Fomento Literario y Editorial del IFCI.

Proyectos que presenten uno o varios documentos en blanco en la postulación, quedarán descalificados.

Las propuestas que no cumplan con los requisitos mínimos pasarán al proceso de subsanación de la documentación.

e. Subsanación de errores:

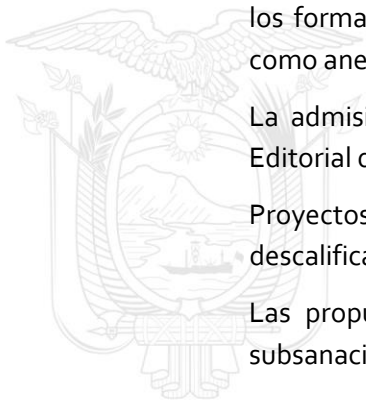
Los proyectos que presenten errores subsanables en la postulación, podrán corregir información general y/o documentos de la misma. La descripción del proyecto, la ficha técnica, el fragmento de la obra, el plan de uso del incentivo, el cronograma tentativo y el plan de difusión, distribución y comercialización no pueden ser corregidos.

Si el postulante no atiende el pedido en el tiempo estipulado o los errores persisten, la postulación será descalificada definitivamente.

f. Evaluación técnica de las postulaciones:

La evaluación técnica consiste en la revisión individual de los proyectos presentados (descripción del proyecto, ficha técnica, fragmento de la obra, plan de uso del incentivo, cronograma tentativo y plan de distribución y comercialización), por jurados externos, seleccionados para este concurso público.

Esta revisión se realizará acorde a los parámetros de evaluación declarados en la rúbrica, desarrollada específicamente para este concurso público. Los puntajes, resultado del análisis, serán sistematizados y validados en un acta para la declaración de ganadores.

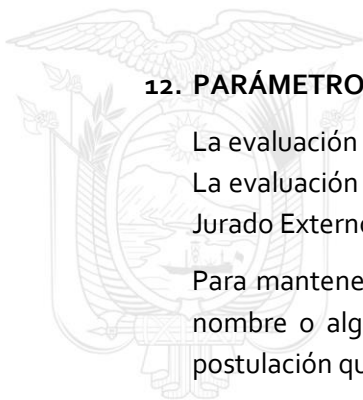


Los proyectos serán calificados sobre 100 puntos. Para la declaración de ganadores, se considerarán a los proyectos que tengan un puntaje promedio de los jurados igual o superior a 80 puntos. Si existiera un empate para la asignación de los cupos, se sumarán los valores de acciones afirmativas si el proyecto editorial incluye en sus contenidos temas relacionados a enfoque de género, interculturalidad, diversidad etaria, discapacidades y movilidad humana.

El dictamen emitido por el Jurado Externo será inapelable y no procederá ninguna impugnación o recurso administrativo. Emitido este dictamen, el IFCI comunicará públicamente los resultados de este concurso público.

g. Comunicación de resultados:

El IFCI notificará los resultados de este concurso mediante los canales de comunicación institucionales. La lista de proyectos seleccionados también será publicada en la página web de la institución con la identificación del nombre del beneficiario, el año del concurso público y el nombre del proyecto. Adicionalmente, los ganadores serán notificados a través del correo electrónico declarado en el formulario de postulación.



12. PARÁMETROS DE EVALUACIÓN

La evaluación técnica es un proceso que busca minimizar la apreciación subjetiva de las obras. La evaluación de las propuestas recibidas en este concurso público se realizará a través de un Jurado Externo.

Para mantener el anonimato de los autores frente al jurado, el postulante no debe incluir su nombre o alguna forma de identificación en los documentos mencionados. De ser así, su postulación quedará descalificada.

El anonimato garantiza la imparcialidad del trabajo del Jurado Externo.

La información que será analizada por los jurados externos son:

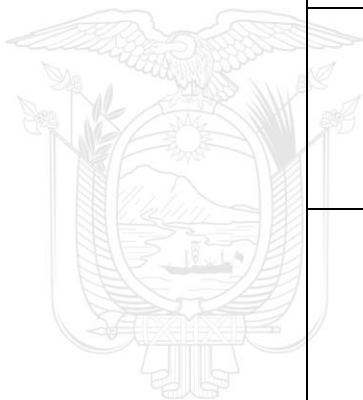
- Descripción del proyecto,
- Ficha técnica,
- Fragmento de la obra,
- Plan de uso del incentivo,
- Cronograma tentativo, y
- Plan de difusión, distribución y comercialización.

PARÁMETROS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
Creatividad e innovación para el desarrollo del proyecto editorial , puede reflejarse en cualquiera de las fases (creación, edición, promoción y distribución en el circuito comercial del libro).	25%
Trato justo y ético: reconocimiento y pago justos a autores y colaboradores, respeto de derechos de autor.	25%
Gestión del proyecto editorial (cronograma; manejo de cadena de valor del libro desde el autor hasta el lector; propuesta de redes de difusión y distribución).	25%
Nivel técnico de la propuesta: la evaluación del nivel técnico de la propuesta se aplicará según el tipo de producto en cada categoría (proyecto editorial convencional y alternativo).	25%

Para la descripción del proyecto, ficha técnica y el fragmento de la obra, se evaluará la relación temática y estética. Para el plan de uso del incentivo, cronograma y plan de difusión, distribución y comercialización se evaluará la coherencia en la asignación de los recursos durante el tiempo establecido y la proyección de su difusión y distribución.

Los postulantes deben considerar que el parámetro nivel técnico de la propuesta, se analizará de acuerdo cada tipo de producto editorial, según las siguientes consideraciones:

TIPO DE PRODUCTO	PARÁMETROS DE EVALUACIÓN POR PRODUCTO
Novela en castellano	Organización de la trama y contenido
	Desarrollo de los personajes
	Creatividad y originalidad
	Uso del lenguaje
Cuento en castellano	Organización de la trama y contenido
	Desarrollo de los personajes
	Creatividad y originalidad
	Uso del lenguaje
Novela gráfica	Construcción y originalidad de la trama
	Diálogos
	Técnica
	Expresividad
	Diagramación y manejo gráfico de los textos
Álbum ilustrado	Coherencia estética
	Relación entre imagen y texto
	Discurso narrativo
	Técnica
	Múltiples lecturas
	Propuesta innovadora
Cómic	Construcción y originalidad de la trama
	Diálogos
	Técnica
	Expresividad
	Diagramación y manejo gráfico de los textos
Publicaciones seriadas especializadas (revistas, periódicos, gacetas, boletines y otros)	Sintaxis visual
	Versatilidad del formato para comunicar los contenidos
	Diagramación y manejo gráfico de los textos
	Originalidad en la presentación o armado del fanzine
Fanzines y prozines	Sintaxis visual
	Versatilidad del formato para comunicar los contenidos
	Diagramación y manejo gráfico de los textos
	Originalidad en la presentación o armado del fanzine
Flip book	Originalidad de la trama
	Técnica



	Calidad de la animación
	Expresividad
Audiolibro	Expresividad de los diálogos
	Locución y sonorización
	Ambientaciones sonoras y musicalización
	Creatividad y originalidad en el desarrollo de la trama
Libro desplegable	Coherencia estética
	Versatilidad del formato para comunicar los contenidos
	Diagramación y manejo gráfico de los textos
	Propuesta innovadora

13. PROCESO DE ADJUDICACIÓN Y FIRMA DEL CONVENIO

Una vez emitido el dictamen por el Jurado Externo, el IFCI notificará a los ganadores, mediante un correo electrónico. Previo a la firma del convenio, los beneficiarios deberán presentar ante el IFCI, en el plazo establecido en el calendario, no mayor a diez (10) días laborables, los **documentos habilitantes** que se detallan a continuación; caso contrario, se entenderá como renuncia voluntaria al beneficio:

- a. Oficio dirigido al Director Ejecutivo del IFCI, en el cual señale expresamente la aceptación del incentivo otorgado, así como de las condiciones de ejecución del mismo (el oficio deberá contener la firma manuscrita con tinta azul o electrónica del beneficiario).
- b. Copia a color de la cédula de ciudadanía o pasaporte y papeleta de votación (con la fecha del último sufragio) del beneficiario.
- c. Certificación bancaria actualizada y suscrita de mantener cuenta activa en cualquier institución financiera del país, a nombre del beneficiario, a la cual se realizará la transferencia del incentivo asignado.
- d. Copia de una planilla de un servicio básico (agua, luz, teléfono) donde conste la dirección domiciliar actualizada del beneficiario (debe coincidir con la dirección registrada en el RUC y ésta debe ser la misma en el Formulario del BDE).
- e. RUC actualizado, emitido por el SRI
- f. Formulario del BDE. BP (de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento de Delitos).
- g. Documento de garantía girado a favor del Instituto de Fomento de la Creatividad y la Innovación (Pagaré de Buen Uso del Anticipo).

Este documento deberá ser suscrito por el beneficiario (y su cónyuge de ser el caso) y su garante (junto a su cónyuge de ser el caso). Adjuntar copias de cédulas de cónyuge y garantes.

- h. Copia del certificado digital del [Registro Único de Artistas y Gestores Culturales](#) (RUAC).
- i. Carta de compromiso de quienes formen parte del equipo para el desarrollo del proyecto.
- j. Copia del comprobante de la emisión de la firma electrónica por una entidad autorizada.



14. MODALIDAD DE DESEMBOLSO Y TIPO DE GARANTÍA

Los beneficiarios recibirán en calidad de anticipo el 80% del incentivo económico, posterior a la suscripción del Convenio de Fomento respectivo.

Para acceder al incentivo, se deberá presentar un pagaré a la orden a favor del IFCI, correspondiente al 80% del valor total otorgado, mismo que deberá mantenerse vigente hasta la suscripción del Acta de Cierre del Convenio de Fomento.

El desembolso del 20% restante del valor del incentivo, se lo realizará posterior a la suscripción del Acta de Cierre del Convenio de Fomento.

15. PROCESO DE SEGUIMIENTO

El seguimiento de la ejecución del convenio será realizado por el administrador asignado por la máxima autoridad del IFCI, quien podrá solicitar información, reportes periódicos y generar reuniones para verificar el avance, según la propuesta presentada. El beneficiario está en la obligación de atender estas solicitudes para el adecuado desarrollo del proyecto.

Para el cierre del proceso, el beneficiario del convenio deberá presentar al menos un *informe de avance* que describa y constate el 50% de su ejecución. Se anexarán a este informe, las actas de reuniones o acuerdos a los que se hayan llegado durante el proceso. Estas actas estarán firmadas por el administrador del convenio y el beneficiario. Este proceso de acompañamiento debe guardar coherencia con el cronograma presentado o sus reformas aprobadas.

16. PLAZO DEL CONVENIO Y PRÓRROGA

El convenio de fomento tendrá un plazo de vigencia de doce (12) meses.

El plazo podrá ser prorrogado por causas de fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado ante la máxima autoridad del IFCI o su delegado, el mismo que no podrá superar el plazo de vigencia original del convenio.

La prórroga deberá solicitarse al menos con un mes de anticipación a la fecha de finalización del convenio.

17. LIQUIDACIÓN Y CIERRE DEL CONVENIO

Para proceder con el cierre del Convenio de Fomento y antes de que concluya el plazo vigente de éste, el beneficiario deberá presentar el informe de ejecución del proyecto, integrado por los siguientes documentos en soporte físico y digital (CD, DVD, USB, u otro):

- a. Versiones finales de las obras publicadas.
 - Impresión digital, un (1) archivo PDF que además mencione el enlace a la plataforma virtual donde se publicó.
 - Impresión física, un (1) ejemplar de la obra publicada.

- b. Copia del certificado de registro de la obra en SENADI.
- c. Copia de la emisión del ISBN por parte de la Cámara Ecuatoriana del Libro.
- d. Contrato entre el beneficiario y quien provee los servicios editoriales.
- e. Reporte de gastos, según el formato establecido por el IFCI y en relación coherente al plan de uso del incentivo, presentado en la postulación y/o reajuste del presupuesto aprobado.

Al reporte de gastos deberán adjuntarse los justificativos de gasto por el 100% del incentivo otorgado de acuerdo a la normativa legal vigente (facturas, comprobantes de venta o documentos complementarios aceptados por el IFCI).

- f. De existir, anexar otros documentos que respalden la ejecución del proyecto (registro fotográfico, notas de prensa, etc.).

Nota: Si el beneficiario no justifica el incentivo asignado, se liquidará el monto y lo no ejecutado será restituido al Fondo de Fomento a las Artes, Cultura e Innovación.

18. TÉRMINOS PARA LA ACEPTACIÓN DE ESTAS BASES

La documentación e información que el postulante declare para este concurso público se presumirá veraz y auténtica.

Una vez que el postulante acepte los términos, condiciones y disposiciones previstas en estas bases, autoriza al Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI) o a la instancia que se designe, su verificación por los medios legalmente establecidos.

Con el registro, firma y envío de la postulación los participantes declaran que entienden y aceptan las condiciones de postulación del presente concurso público.

Además, ratifica que no se encuentra inmerso en ninguna de las inhabilidades establecidas.

GLOSARIO DE TÉRMINOS DEL CONCURSO PÚBLICO “LÍNEA DE FOMENTO PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS EDITORIALES”

Antología

En el contexto literario, puede referirse a una colección de trabajos escritos del mismo género, de la misma temática o una selección del mismo autor.

Álbum ilustrado

La historia se narra mediante imágenes secuenciales, y podría contener un texto que interactúe con la gráfica. El tamaño y formato de las páginas, y la técnica y el estilo de ilustración son libres, pueden incluir collage y/o fotografía.

Audiolibro

Un audiolibro o libro hablado es la grabación de contenidos de un libro, leídos en voz alta y normalmente en formato digital. Puede ser locutado por una o más voces y sonorizado y/o musicalizado.

Autor emergente

Se considera un autor emergente a quien no haya publicado previamente. Que se encuentre iniciando su carrera profesional en el ámbito literario y editorial.

Boletín

Es una publicación seriada de carácter institucional e informativo, trata temas específicos al ámbito de la institución a la que pertenece y de interés para su comunidad. Su publicación es regular, no se rigen estrictamente a una periodicidad concreta como en el caso de revistas y periódicos.

Cadena de valor del sector literario y editorial

PROCESO	DEFINICIÓN DEL SECTOR CULTURAL (Tomada de Sistema Integral de Información Cultural, Enero 2007 - diciembre 2014.)	ÁMBITO DE LA LITERATURA Y EDITORIAL
Creación	Referida a invención, exploración y concepción de contenidos que componen la materia prima de la industria cultural.	Autores: escritores, ilustradores, fotógrafos
Producción	Relativa a la reunión de elementos como suministros, equipamientos, equipo profesional, etc., necesarios para la materialización de expresiones culturales.	Editores, abogados, correctores de estilo, traductores, diseñadores editores, diagramadores, diseñadores, impresores, encuadernadores
Difusión	Comprendida por la llegada de las expresiones culturales al público mediante industrias masivas.	Agentes literarios, editoriales, comunicadores, mediadores de lectura, bibliotecarios
Promoción	Referida a toda actividad dirigida al público con el fin de facilitar la comprensión de toda expresión cultural mediante estrategias de marketing, con el fin de aumentar la audiencia.	Agentes literarios, editoriales, comunicadores, mediadores de lectura, bibliotecarios
Consumo/ Participación	Relativo al acceso a los productos culturales y participación de las experiencias culturales.	Librerías, bibliotecas, ferias

Cómic

Creación que relata una historia de manera secuencial en capítulos o números, mediante viñetas. La técnica y el estilo de ilustración son libres, pueden incluir collage y/o fotografía.

Creación

Etapas que inicia con la formulación de una idea, su desarrollo y alternativas o propuestas de prototipos. De esta fase se encargan los autores (escritores, ilustradores, diseñadores, etc.).

Cubiertas

Se entiende como la parte exterior que protege las páginas de un libro; también puede referirse a cada una de las partes (cubierta anterior, lomo y trasera o contracubierta) que cubre los pliegos de un libro.

Cuento

Narración breve con un argumento sencillo y una sola línea de acción.

Derechos Humanos (enfoque de DDHH)

- Diálogo intercultural
- Equidad de género
- Inclusión de personas con discapacidad
- Protección, apoyo y desarrollo integral de la niñez y adolescencia

Distribución

Etapas que se encarga de hacer llegar la obra a su público lector, mediante las redes y canales propuestos en el Plan de Trabajo. Se sugiere además acompañar la distribución mediante charlas, talleres y otros eventos.

Edición

Etapas que se centra en la preparación del producto. Incluye revisión editorial (revisión ortotipográfica, corrección de estilo, cuidado de la edición), diseño y diagramación, elaboración de gráfica, finalización de artes análogas o digitales para su reproducción.

Ensayo y crónica (no ficción)

Textos de no ficción que analizan o presentan diferentes aspectos de la sociedad.

Fanzines o prozines

Son relatos cortos sobre temas específicos. Utilizan combinación de gráficas, imágenes y texto. Son producciones artesanales que se distribuyen entre comunidades que tienen afinidad por los temas tratados. Los prozines tienen una ejecución más profesional.

Flip book

Un folioscopio, filoscopio o flip book es un libro que contiene una serie de imágenes que varían gradualmente de una página a la siguiente, para que, cuando las páginas se pasen rápidamente, las imágenes parezcan animarse simulando un movimiento u otro cambio. Flip book también puede referirse a un formato de libro digital que mediante programación pasa de una página a otra sin tener que recorrer el archivo, como en el caso de un archivo PDF no interactivo.

Formato

El término «formato» puede referirse a:

- Formato de **archivos**: JPEG, PSD, AI, TIFF, DOC, PDF, etc.
- Formato de **discos**: Windows, Mac, Iso 9660.
- Formato de **libro**: vertical, horizontal o apaisado, cuadrado.

Gaceta

El término gaceta hace alusión a la publicación o divulgación que se difunde cada cierto tiempo con noticias sobre alguna materia o asunto.

Guardas

Es un díptico de papel que sirve como unión entre la cubierta y el cuerpo del libro: la primera de sus hojas va pegada al cartón de la cubierta y la otra al cuerpo del libro.

Impresión Braille

Es un sistema de impresión que en lugar de inyección de tinta, tóner o dispositivos térmicos, utiliza percutores para imprimir textos o imágenes simples empleando caracteres del alfabeto Braille. En una impresión en relieve, perceptible al tacto.

Insumos

Son objetos, materiales y recursos utilizados para desarrollar un producto o servicio final. Pueden incluir mobiliario, bienes fijos, máquinas, tecnología, materias primas, licencias de software, etc.

Libro desplegable

Es un producto editorial que utiliza tiras largas de papel, plegadas en forma de acordeón y que pueden unirse por uno o ambos extremos a cubiertas duras.

Microcuento

Son textos que narran historias de forma condensada, son obras cuya principal característica es la brevedad de su contenido.

Manuscrito

Se refiere a un documento escrito a mano, pero también puede referirse al documento impreso e inédito que entrega el autor a un editor para su revisión.

Novela

Narración en prosa, con varias líneas de acción que se entrelazan para contar una historia.

Novela gráfica

Es una creación que utiliza los principios de la narrativa gráfica de gran extensión. La novela gráfica es una combinación entre texto e ilustraciones, y puede incluir recursos fotográficos.

Obra derivada

Una obra derivada es, una obra intelectual creada a partir de una u otras ya existentes incluyendo aspectos que pueden estar sujetos a derechos de autor. La obra derivada debe garantizar los derechos de autor de la obra original. La obra derivada debe mencionar la obra en la que se basa para respetar los derechos de autor y evitar el plagio.

Obra en dominio público

Una obra literaria entra al dominio público una vez que se cumplen 70 años de la muerte del su autor. Estas obras no requieren de autorización para ser reeditadas, publicadas o puestas en circulación a través de obras derivadas.

**Obra inédita**

Se refiere a una obra que nunca ha sido publicada o dada a conocer, sea de forma física, digital o virtual.

Páginas interiores

Se refiere al cuerpo del libro.

Periódico, o diario.

Es una publicación seriada que generalmente transmite noticias. Se diferencia de la revista por la ausencia de cubierta y su impresión es más económica.

Poemario

Composición literaria, generalmente estructurada en verso. Se permite, para esta convocatoria el verso libre y prosa poética.

Pop-up

Es un tipo de libro móvil y se aplica a cualquier libro tridimensional, troquelado y desplegable que incluya transformaciones, efectos de túnel, ruedas con piezas móviles, solapas (flaps), pestañas (pull-tabs) y tiras (pull-downs), imágenes emergentes (pop-outs), y que funcionen de manera diferente.

Portada (portada interior)

Es la página interior que contiene una información más completa del libro: título de la obra, autor o autores, casa editorial, impresor, año, etc. El término «portada» suele confundirse con la cubierta anterior, por lo que en este glosario se añade la especificación de «portada interior».

Portadilla (o anteportada)

Es la primera página impresa de un libro y en la que se incluye el título del libro, normalmente con un tamaño de letra menor al utilizado en la portada.

Producto editorial

Se entiende como producto editorial al resultado del estudio y desarrollo de ciertas especificaciones, características y propósitos que lo convierten en un todo coherente, como: tamaño, número de páginas, precio y costo del libro; precio por página, papel, tintas, tema tratado, público objetivo, tipo de soporte.

Un producto editorial puede estar terminado en los siguientes soportes:

- Soporte editorial convencional: tipo libro (cubiertas, portada, páginas interiores, etc.), tipo revista, tipo afiche.
- Soporte editorial alternativo: interactivos, desplegables, fanzines y prozines, pop-ups.

Promoción

Etapa que se encarga de la difusión de la obra, incluye evento de presentación de la obra. Se sugiere además la promoción de la obra y del autor o autores mediante charlas, entrevistas, notas de prensa, videos de registro gráfico o audiovisual del proceso artístico y/o creativo.

Proyecto editorial

Un proyecto editorial es el plan de edición de una o algunas obras relacionadas entre sí, y entre otros elementos detalla:

- La posición o línea editorial frente a un tema o propuesta estética.
- Los productos que formarán parte.
- Las características propias del proyecto y las obras contenidas, que serán los lineamientos del trabajo futuro: enfoque global: estructura de la colección, número de títulos, calidad; contenido textual: intención que se busca, público objetivo, texto, tema tratado, enfoque; diseño y contenido gráfico: tamaño, número de páginas, tipografía, cromática, estilo y técnica para las ilustraciones; acabados y materiales: tipo de papel, calidad, gramaje, tipo de cubiertas, tintas; complementos: materiales extras, actividades relacionadas, otros soportes.
- Las características de su mercado o público lector, sus necesidades, ubicación o distribución geográfica y manera de contactarlo.
- Los productos o servicios similares (competencia), su diferenciación o especialización frente a ellos y las estrategias utilizadas.
- Un cronograma que contemple desde el inicio del trabajo editorial hasta su fecha de presentación y las estrategias que se utilizarán si el o los productos van ligados a fechas especiales (ferias, festividades, eventos específicos), a momentos del mercado (libros educativos) o a hechos coyunturales (políticos, culturales, deportivos).
- Un análisis de costos que relacione la inversión requerida con el precio de venta final; la demanda y sus fluctuaciones; productos complementarios; análisis de los consumidores, gustos, tendencias.
- Un organigrama que incluya a todos los colaboradores y su experiencia, tanto general como específica.
- Los recursos y medios materiales con los que se cuenta al inicio para llevar a cabo el plan de trabajo, y los que se necesitarán a futuro para su edición, impresión, promoción o difusión y distribución.

Publicación

Etapas que comprende el registro de la obra por medios impresos o digitales.

Publicaciones seriadas especializadas

Una publicación seriada especializada trata sobre un tema determinado e integra una variedad de artículos dirigidos a un público específico.

Realidad aumentada

Se usa para describir al conjunto de tecnologías que permiten añadir o superponer capas de información virtual a la información física existente (mundo real) a través de un dispositivo tecnológico con información gráfica añadida por este. De esta manera los elementos físicos tangibles se combinan con elementos virtuales, creando así una realidad aumentada en tiempo real.

Revista, o magazine.

Es una publicación seriada especializada que trata sobre un tema determinado e integra una variedad de artículos dirigidos a un público específico. Su publicación puede ser física o digital y está condicionada a una periodicidad constante. Las partes de una revista son: cubiertas flexible y ligera, índice, editorial, créditos, secciones temáticas fijas, artículos especiales y/o anuncios (publicitarios o informativos).



Ronda de negocios

Se refiere a una reunión en la que un conjunto de actores se reúnen para generar alianzas comerciales y contactar posibles clientes y/o proveedores.

Soporte, sustrato

El término «soporte» puede referirse a:

- Soporte de almacenamiento de datos: papel, cinta de video, discos compactos, almacenamiento en disco duro, en la red, etc.
- Soporte de escritura: papel, servidores, pantallas, dispositivos módulos, transcritores de audio, etc.
- Soporte de publicación: físico, digital o virtual.

Verso

Es una oración que ocupa un espacio independiente, y generalmente va en una línea; varios versos conforman.

