



CATÁLOGO BENTEVEO RADIO
MARZO 2023

CATÁLOGO BENTEVEO RADIO - MARZO 2023

- **ONG PLAZA LOS ROBLES (La Plata, Buenos Aires) - “Campañas de bien público”**
40 capítulos de 3 minutos cada uno.
Aborda aspectos vinculados a derechos y políticas públicas, con un anclaje temático en cada capítulo:
Temas: Aborto - Quiénes son las Madres de Plaza de Mayo - Ley Micaela - Voto Joven, entre otros.
- **ASOCIACIÓN CIVIL Y CULTURAL RELATOS DEL VIENTO (Córdoba) - “Con la soberanía en la boca”**
19 capítulos de entre 9 y 10 minutos cada uno.
Múltiples voces y testimonios se reúnen para abordar desde la antropología, de las vivencias, de los testimonios orales, de la política, de las luchas sociales el de algo tan político como el comer.
- **ASOCIACION PARA EL FORTALECIMIENTO COMUNITARIO (Ciudad Autónoma de Buenos Aires) - “La Kermesse de los sábados”.**
40 capítulos de 180 minutos cada uno.
Es un magazine semanal que se emite por FM La Patriada. Recrea el espíritu festivo clásico de las kermesses de pueblos, donde todo es color, alegría y diversión. Conducido por Martín Jáuregui y Úrsula Vargues.
- **FUNDACIÓN CONTEXTO LITORAL (Resistencia, Chaco) - “Chaco a cielo abierto” (segundo ciclo).**
40 capítulos de 56 minutos cada uno.
En septiembre de 2010, la Cámara de Diputados de la Provincia del Chaco sancionó la Ley N°6.624 que creó el Comité de la Ciudad de Resistencia "Capital Nacional de las Esculturas", que lleva adelante la elaboración de los protocolos internacionales necesarios que incluyan la ciudad como "Patrimonio Cultural de la Humanidad". Los programas abordan todo ese rico recorrido cultural.
- **ASOCIACIÓN CIVIL LA TRIBU (Ciudad Autónoma de Buenos Aires) - “Campaña por los 1000 días”**
3 capítulos de 1 minuto cada uno.
Spots radiofónicos sobre la temática de la Ley de 1000 días.
- **FUNDACIÓN PRO - BUENOS AIRES (Ciudad Autónoma de Buenos Aires) - “Soberanía Alimentaria”**
7 capítulos de 30 segundos.
Emprendedorxs cooperativas, pymes e instituciones locales en la construcción de la Soberanía Alimentaria. El objetivo es instalar en los oyentes la conciencia del derecho y la importancia de los pueblos en torno a la Soberanía Alimentaria, que es -ni más ni menos- su derecho a decidir qué producir y qué consumir.

- **ASOCIACIÓN CIVIL BARRILETES (Paraná, Entre Ríos) – “IVE”**
3 capítulos de un minuto cada uno.
Se aborda la temática IVE (Ley 27.610) en clave provincial (cuál es el espacio concreto de aplicación, adonde recurrir, etcétera).

 - **ASOCIACIÓN CUYUM DE COMUNICACIÓN POPULAR (Mendoza) – “Spots contra la discriminación”**
12 capítulos de entre 1 minuto y 1:30.
Los chicos y chicas de los barrios populares de los distritos de Las Tortugas (G.Cruz) y Carrodilla Este (Luján de Cuyo) sufren discriminación porque la zona es estigmatizada como “peligrosa” por los medios de comunicación comerciales. Los spot recuperan estas experiencias en las voces y opiniones de los niños para demandar que estas situaciones se modifiquen. Los spot se produjeron a partir del material recogido en talleres con niños realizados en organizaciones de la zona.

 - **ASOCIACIÓN DE MUJERES LA COLMENA (José León Suárez, Buenos Aires) – “Salud en primera infancia”**
3 capítulos de 60 segundos.
Spots enfocados al cuidado integral de la salud durante la primera infancia.

 - **COMUNIDAD MAPUCHE HUAYQUILLAN (Collipilli, Neuquén) – “Plan Nacional de los mil días”**
3 capítulos de un minuto cada uno.
El proyecto enfatiza la importancia de dar a conocer de manera creativa las prácticas ancestrales y tradicionales de la comunidad vinculadas al embarazo y los primeros años de las infancias en articulación con políticas públicas que permitan acompañar la crianza y la atención y cuidado integral de la salud de las mujeres durante el embarazo y los primeros años de las infancias, en un paraje como Colipilli, que no cuenta con Hospital -solo un centro de salud con agentes sanitarios- siendo el nosocomio más próximo en la localidad de El Huecú, el que se halla distante a 30 km.

 - **ASOCIACIÓN MUTUAL HOMERO MANZI (Ciudad Autónoma de Buenos Aires) – “La escondida”**
2 capítulos de 45 segundos cada uno.
Spots sobre busca de Identidad a partir del conteo de pibes/as que juegan a la escondida.
- 