

Bases del Concurso

Definición del Programa Espacio público humanizador

El 5C es un colectivo de carácter cívico, constituido por representantes de la sociedad civil que se han reunido con el propósito de promover y ejecutar **ACCIONES DE CULTURA CIUDADANA** para construir una Cali más amable, fundamentada en el respeto, la tolerancia y la convivencia pacífica.

El **5C / Comité Cívico de Cultura Ciudadana para Cali** ha centrado el objetivo del programa en la construcción de una ciudad más amigable, donde el respeto por la vida sea un principio fundamental; buscando concienciar a la comunidad acerca de la importancia de promover comportamientos ciudadanos adecuados, con relación a la movilidad (Cultura Ciudadana).

El **Programa Espacio público humanizador** ha sido implementado por un colectivo de instituciones conformado por la Cámara de Comercio de Cali, CEDECUR, Fundación Fanalca, Fundación FES, Fundación Sidoc, VEA / Grupo de jóvenes Voceros en Acción, GCN / Global Cooperation Network y la Sociedad de Mejoras Públicas de Cali.

Bases del Concurso

1. Objetivo del Concurso

Involucrar a las instituciones de educación superior y técnico profesionales (estudiantes) en la generación de una campaña publicitaria que comprometa a los ciudadanos de Cali en la promoción y aplicación de comportamientos ciudadanos adecuados.

Se seleccionará, por concurso, un mensaje dirigido a la ciudadanía desde la perspectiva de los jóvenes, con sus propias palabras, sus vivencias y su creatividad.

Para participar se debe desarrollar una campaña publicitaria sobre movilidad que integre, como mínimo, los elementos que se enumeran en el numeral 4.

2. Participantes

Las propuestas podrán ser presentadas únicamente por:

Estudiantes matriculados en instituciones universitarias y técnico profesionales en programas académicos (públicos o privados) de Diseño Gráfico y Publicidad. Podrán presentarse de manera individual o en equipos.

3. Temática

Promover en la ciudadanía de Cali la reflexión y la acción en torno a los comportamientos ciudadanos adecuados en el tema de movilidad (Cultura Ciudadana).

NOTA IMPORTANTE:

Las campañas que no se acojan a dicha temática quedarán por fuera del concurso.

4. Piezas a presentar

Se valorará en el concurso la línea de comunicación educativa plasmada en todas las piezas requeridas de campaña. La campaña publicitaria debe integrar como mínimo los siguientes elementos:

- . Concepto (Documento explicativo de los objetivos de comunicación y la estrategia creativa publicitaria que no exceda las dos hojas).

- . Desarrollo de piezas publicitarias tipo ATL (Medios publicitarios convencionales):

- Identificador de campaña (logotipo o imagotipo) y slogan.
- Aplicación a Cartel (formato 100,0 cm x 70,0 cm).
- Aplicación a Cartel tipo Eucol (formato 177.0 cm x 121.0 cm).
- Aplicación a Valla urbana (formato 4.0 mt x 12.0 mt).
- Aplicación a T´shirt (Camiseta).
- Aplicación a Sticker (Calcomanía) para vehículo (formato libre).

- . Desarrollo de piezas publicitarias tipo BTL (Medios publicitarios no convencionales):

- Descripción de acciones educativas innovadoras de alto impacto que transmitan el mensaje de manera interactiva.
- Piezas gráficas que sustenten y/o apoyen las tácticas BTL.

Cada una de estas piezas se debe presentar impresa en alta calidad en hojas alta blancura formato carta (28.0cm x 21.0cm) sin adherir a ninguna superficie rígida. En el respaldo de cada hoja debe localizarse el pseudónimo de su autor o autores (margen superior izquierdo).

NOTA IMPORTANTE:

Todas las piezas deben presentarse además en un CD multiplataforma (MAC y/o PC) marcado con el pseudónimo de su autor o autores.

5. Identificación de las propuestas

Cada participante o equipo de participantes marcará su sobre con un Pseudónimo. Insertará en él (Sobre) una hoja formato carta con la siguiente información:

- Nombres y apellidos completos del autor o autores de la propuesta.

- Universidad, Facultad, Departamento y Programa Académico al que pertenece el autor o autores de la propuesta.
- Correo electrónico y teléfono fijo y móvil de contacto del autor o autores de la propuesta.

6. Recepción de las propuestas

Fecha límite de recepción:

- 09 de marzo del 2012.

Dirección de recepción:

- Cámara de Comercio de Cali
Calle 8 No. 3 - 14 Piso 3
Secretaria General
Cali (Colombia)

Los gastos de realización y el transporte del material hasta su recepción correrán a cargo de los concursantes.

7. Cronograma y evaluación de las propuestas

Preselección / 12 de marzo - 16 de marzo de 2012

El Jurado evaluador seleccionará en este periodo las diez (10) propuestas finalistas más ajustadas al requerimiento.

Selección de los finalistas / 19 de marzo - 23 de marzo de 2012

El Jurado evaluador seleccionará en este periodo las tres (3) propuestas finalistas más ajustadas al requerimiento.

Socialización de las propuestas finalistas / 24 de marzo - 06 de abril de 2012

Se socializarán las tres (3) propuestas finalistas en las redes sociales para que por votación on line se designe la campaña publicitaria ganadora.

Proclamación de la propuesta ganadora / 09 de abril de 2012

1 Puesto: \$ 4'000.000

2 Puesto: \$ 1'000.000

3 Puesto: \$ 500.000

Premiación de la propuesta ganadora / 13 de abril de 2012

El Jurado hará entrega del Premio al autor o autores de la campaña publicitaria ganadora en ceremonia formal en el Auditorio de la Cámara de Comercio de Cali en presencia de los medios de comunicación de la ciudad y del 5C / Comité Cívico de Cultura Ciudadana para Cali.

NOTA IMPORTANTE:

El autor o los autores de las propuestas finalistas recibirán un diploma acreditativo de tal condición.

Una vez finalizado el proceso de selección y premiación de la campaña los concursantes podrán (si lo desean) retirar el material presentado en los quince (15) días siguientes a la publicación del resultado. De no ser así perderán los derechos de propiedad intelectual sobre los mismos.

8. Sesión de Derechos Creativos y Propiedad Intelectual

El autor o autores proclamados como ganador o ganadores del “**Concurso Cali Cultura Ciudadana / Campaña publicitaria para la promoción de la cultura ciudadana en espacios**

públicos” cederá o cederán la totalidad de los derechos creativos sobre las piezas presentadas al **5C / Comité Cívico de Cultura Ciudadana para Cali**.

Los miembros del Comité Organizador del “**Concurso Cali Cultura Ciudadana / Campaña publicitaria para la promoción de la cultura ciudadana en espacios públicos**” asumen que todas las imágenes son suministradas por el o por los participantes en acato a todas las normas de propiedad intelectual y que se autoriza la publicación de tales imágenes en medios impresos o electrónicos que se elaboren o utilicen con motivo de la difusión del **Concurso** o del **Programa Espacio público humanizador**.

Los miembros del Comité Organizador del “**Concurso Cali Cultura Ciudadana / Campaña publicitaria para la promoción de la cultura ciudadana en espacios públicos**” no se hacen responsables por información incorrecta suministrada por los participantes o que no respete la propiedad intelectual que terceros ostenten sobre las ideas o productos presentados al Concurso. Si así sucediese responsabilizará al autor o autores por dicha conducta.