

Propuesta creativa	MOVILIDAD						
Invitación abierta No.:	11 de 2018	Título de la propuesta:	DALE LA VUELTA A LA MOVILIDAD				
Propuesta No.:		Proponente	MAVECOL				
PUNTAJE GLOBAL DE LA PROPUESTA:							223
Como insumo para la etapa de ajuste del proyecto, consigne aquí las fortalezas y debilidades de la propuesta							
1. IDEA CENTRAL (máximo 25 puntos)							
PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO					PUNTAJE OBTENIDO	
Máximo 25 puntos	La idea central no da cuenta de la interacción entre las piezas audiovisuales, transmediales y de difusión digital que la componen previendo una sinergia conceptual					5	
2. ESTRUCTURA NARRATIVA TIPO DE LA PROPUESTA (MÁXIMO 75 PUNTOS)							
PUNTOS QUE OTORGA	OBSERVACIONES DEL JURADO					PUNTAJE OBTENIDO	
Máximo 75 puntos	a. No se identifica claramente la pertinencia de los dos (2) subtemas elegidos en relación con el punto de vista desde el cual serán abordados.					31	

<b>5.2 TRATAMIENTO AUDIOVISUAL(MÁXIMO 40 PUNTOS) / MICRORELATOS</b>		
<b>PUNTOS QUE OTORGA</b>	<b>OBSERVACIONES DEL JURADO</b>	<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>
Máximo 40 puntos	El tratamiento audiovisua no expone con claridad la forma en que será tratada la edición de las piezas: ritmo, créditos, gráficas, composiciones. El tratamiento audiovisual no posee una narrativa publicitaria, acude a mensajes de impacto, con claridad, contundencia.	19
<b>5.3 GUIONES (MÁXIMO 40 PUNTOS) / MICRORELATOS</b>		
<b>PUNTOS QUE OTORGA</b>	<b>OBSERVACIONES DEL JURADO</b>	<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>
Máximo 40 puntos	La duración de los guiones no es la solicitada en la convocatoria (2 min) El guión no permite identificar claramente el gancho en los primeros diez segundos de la pieza, es impactante.	19
<b>6.1. STORY LINE (MÁXIMO 20 PUNTOS) / SPOT</b>		
<b>PUNTOS QUE OTORGA</b>	<b>OBSERVACIONES DEL JURADO</b>	<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>
		10



	b. La estructura de la propuesta no permite identificar las piezas transmediales. c. La estructura no permite identificar el gancho y la pregunta central que orienta el desarrollo de la propuesta. No argumenta claramente cómo la disposición de las piezas favorece la sinergia entre éstas, y el posicionamiento del call to action.	
<b>3. ENFOQUE (MÁXIMO 25 PUNTOS)</b>		
<b>PUNTOS QUE OTORGA</b>	<b>OBSERVACIONES DEL JURADO</b>	<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>
Máximo 25 puntos	a. El enfoque no delimita de forma clara la perspectiva o punto de vista desde la que será abordado el tema. b. El punto de vista no es innovador y las piezas audiovisuales, transmediales y digitales no son eficientes para materializar dicho punto de vista.	8
<b>4. INVESTIGACIÓN DE CONTENIDOS (MÁXIMO 50 PUNTOS)</b>		
<b>PUNTOS QUE OTORGA</b>	<b>OBSERVACIONES DEL JURADO</b>	<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>
Máximo 50 puntos	El marco conceptual no amplía ni evidencia conocimiento de nada del tema. Los componentes de la investigación no están suficientemente desarrollados.	20
<b>5.1. STORY LINE (MÁXIMO 20 PUNTOS) / MICRORELATOS</b>		
<b>PUNTOS QUE OTORGA</b>	<b>OBSERVACIONES DEL JURADO</b>	<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>
Máximo 20 puntos	El story line permite prever el desarrollo de la historia siendo coherente con el formato de microrelato. El story line evidencia el desarrollo de los subtemas de la propuesta.	16

Máximo 20 puntos	El Story line no permite prever que el desarrollo de la historia será coherente con el formato de spot, ni que desarrollará los subtemas de la propuesta. No permite prever que son una expansión del contenido y no una reedición o fragmentación del microrelato o de cualquier otra pieza transmedial.	
<b>6.2 TRATAMIENTO AUDIOVISUAL (MÁXIMO 40 PUNTOS) / SPOT</b>		
<i>PUNTOS QUE OTORGA</i>	<i>OBSERVACIONES DEL JURADO</i>	<i>PUNTAJE OBTENIDO</i>
Máximo 40 puntos	El tratamiento audiovisual no expone con claridad la forma en que se hará el registro visual: óptica, movimientos de cámara, iluminación, etc. El tratamiento audiovisua no expone con claridad la forma en que será tratada la edición de las piezas: ritmo, créditos, gráficas, composiciones. El tratamiento audiovisual no posee una narrativa publicitaria, ni acude a mensajes de impacto, con claridad, contundencia.	19
<b>6.3 GUIONES (MÁXIMO 40 PUNTOS) / SPOT</b>		
<i>PUNTOS QUE OTORGA</i>	<i>OBSERVACIONES DEL JURADO</i>	<i>PUNTAJE OBTENIDO</i>
Máximo 40 puntos	La duración de los guiones no es la solicitada en la convocatoria (30 seg) El guión no permite identificar claramente el gancho en los primeros diez segundos de la pieza, es impactante.	11
<b>7.1 IDEA CENTRAL PIEZAS TRANSMEDIA (MÁXIMO 50 PUNTOS)</b>		
<i>PUNTOS QUE OTORGA</i>	<i>OBSERVACIONES DEL JURADO</i>	<i>PUNTAJE OBTENIDO</i>
Máximo 50 puntos	No se identifica claramente que las piezas transmedia correspondan con el tema y la estructura narrativa del proyecto.	10



<b>7.2. TRATAMIENTO TRANSMEDIA (MÁXIMO 50 PUNTOS)</b>		
<b>PUNTOS QUE OTORGA</b>	<b>OBSERVACIONES DEL JURADO</b>	<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>
Máximo 50 puntos	<p>No se identifica que cada pieza transmedia es medio de expansión de la historia planteada y apoya la difusión. Las piezas contribuyen más a la difusión que a la ampliación del contenido.</p> <p>No se identifica claramente el tipo de expansión de la pieza transmedial. Se privilegia la difusión de una de las piezas (el concurso) más no de la propuesta.</p> <p>No se identifica claramente que el proponente hace de la cultura, la diversidad y la tecnología temas transversales a todo el contenido.</p> <p>No se identifica claramente en la descripción de cada pieza transmedial, qué objetivo preciso y particular tiene dentro de toda la estrategia y dentro de la estructura narrativa del proyecto, y cómo expande el contenido de manera particular.</p> <p>No se identifica clara y justificadamente la audiencia objetivo y cómo el mensaje está enfocado y presentado a ésta.</p>	12
<b>8. DESCRIPCION DE LA ESTRATEGIA DIGITAL DE DIFUSIÓN (MÁXIMO 50 PUNTOS)</b>		
<b>PUNTOS QUE OTORGA</b>	<b>OBSERVACIONES DEL JURADO</b>	<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>
Máximo 50 puntos	<p>No se identifica que la propuesta conecta todas las piezas del relato transmedia. La propuesta enuncia piezas que serán promocionadas independientemente sin invitar a conectarse entre sí o a ampliar el contenido, tal como de acuerdo con la convocatoria, se entiende el transmedia.</p> <p>No Se identifica claramente en la propuesta que es coherente la estrategia de difusión con la audiencia objetivo de cada plataforma.No delmita las audiencias de cada plataforma.</p>	12
<b>9. DISEÑO DE PRODUCCIÓN (MÁXIMO 75 PUNTOS)</b>		
<b>PUNTOS QUE OTORGA</b>	<b>OBSERVACIONES DEL JURADO</b>	<b>PUNTAJE OBTENIDO</b>
Máximo 75 puntos	No se identifica que la estrategia de producción optimice y articule adecuadamente los recursos técnicos y humanos, así como el cronograma y el presupuesto. No estan claros los recursos técnicos y	33

humanos necesarios.

No se identifica que el cronograma tenga en cuenta los tiempos de ejecución contemplando todas las fases del proyecto por cada línea, (Producción de microrelatos, spots, piezas transmediales diferentes a pantalla televisiva y estrategia digital), aprobaciones del canal dentro de las fases y flujo de caja. No hay costos de producción para la propuesta transmedia.

No se identifica que la proyección presupuestal detallada este acorde con los tiempos, con las condiciones establecidas en la presente convocatoria. El cronograma no contempla tiempos de pre producción transmedia.