

BASES DEL CONCURSO

✂ Tema

El concurso tiene por objetivo fomentar y poner en valor los Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos (DSDR) desde los enfoques de equidad en diversidad, revisión crítica feminista, enfoque interseccional, salud global y medio ambiente a través de disciplinas artísticas.

✂ Participación

Personas entre 16* y 35 años a título individual o en representación de un colectivo *(si es menor de 18 debe firmar un permiso el tutor/a legal)

✂ Objetivo

Se deberá presentar una **obra CreActiva** que pueda usarse a posteriori como material pedagógico para la visibilización y promoción de los DSDR. Algunos ejemplos sobre la tipología de obras: **fanzine, cortometraje, fotografía, collage, stopmotion, lipdub, juego de mesa, scaperoom, canción, podcast, cómic, etc.**

Se deberá presentar junto con una ficha didáctica para facilitar su uso en talleres y fortalecer así las capacidades y competencias de la gente joven en cuanto a la temática de manera creativa y lúdica. **La ficha y otros materiales para la inspiración y orientación se encuentran en la pestaña de Concurso en la web educacion.saludglobal.org**

✂ Premio

Se entregará un único premio de **200€**

✂ Fechas

Fecha de inicio: **6 de Febrero**

Plazo Límite para la entrega : **Lunes 13 de Marzo**

Revisión de las obras por parte del jurado : **Desde el Viernes 17 hasta el domingo 26 de Marzo**

Mandar las obras a **andaluciacomunica@farmamundi.org**

✂ Jurado

El jurado está formado por personas con experiencia en juventud, diseño gráfico, creación de contenido sobre DSDR en las redes sociales, ilustración y por último, técnicas de proyectos educativos, que valorarán el impacto y potencial de las obras desde estas perspectivas

*Participando en el concurso la persona 'dona' su obra para el uso de ésta en el contexto educativo tanto para el uso del grupo motor del proyecto como para las personas que la descarguen de la web. La autoría de la persona estará siempre visible en el material que presente. Farmamundi se reservará el derecho de usar las imágenes o productos en acciones de comunicación considerando la alineación con las políticas de comunicación y código ético interno.

Organiza



Colabora



Co-financia

