



BASES PARA A SELECCIÓN DA IMAXE –MARCA DA SINALÉCTICA COMERCIAL DO BARRIO DE SAN PEDRO

1.- As presentes bases teñen por obxecto seleccionar a imaxe- marca de sinaléctica comercial do Barrio de San Pedro, ao abeiro do programa europeo Urbana Santiago Norte.

2.- Briefing. Filosofía da marca

A) A finalidade da marca será:

- dotar dunha imaxe única ás campañas comerciais e empresariais do barrio de San Pedro.
- proxectar ao barrio na cidade como un espazo no que vivir, traballar, comprar ou disfrutar.
- atraer clientes, emprendedores, visitantes e veciñanza

B) O Barrio de San Pedro é un barrio no que se mesturan pasado e futuro, familias asentadas desde hai xeracións con xentes novas que chegan cada día, edificios que son dúas veces Patrimonio da Humanidade e pisos nados do urbanismo máis recente. É un barrio amplo, case un pobo en si mesmo (arredor de 9.000 habitantes) con lindes físicos ben evidentes (a valgada de Belvís, a rúa da Virxe da Cerca, a Avda de Lugo). É moito máis que a rúa de San Pedro -que é o seu referente mais recoñecido-

Ten un intenso sentido de comunidade e de pertenza. A súa veciñanza esta vinculada emocional e obxectivamente co barrio; persoas, espazos, entidades, emprendementos son e fan barrio e comunidade.

Sen esquecer a súa historia e tradición, o barrio e a súa veciñanza buscan nestes tempos un futuro que vaia máis alá de aspectos cos que sempre foi vinculado (a peregrinación, as festas).. É dicir, quere ir máis alá e busca un futuro fundado no que son as súas principais fortalezas: sentido de comunidade, capacidade de integración (moderno/antigo, experiencia/xuventude...), gosto pola innovación, certo cosmopolitismo, posición céntrica na cidade etc.

C) Búscase unha imaxe que sirva como instrumento de proxección do barrio, do seu tecido social, comercial e asociativo; un sinal no que a veciñanza se recoñeza e que sirva para fortalecer a marca San Pedro de cara á cidade, amosándoo como un todo único.

Unha imaxe que aspire a acoller baixo un mesmo paraugas todo tipo de iniciativas de dinamización social, económica o cultural, desenvolvidas por distintas entidades pero tamén polos negocios e, mesmo, por particulares.



Unha imaxe que transmita as fortalezas do barrio e a súa vontade de construír un futuro común.

En resumo, unha imaxe que consolide os lazos da veciñanza co seu barrio, que anime ás xentes a comprar en San Pedro, aos emprendedores a abrir aquí os seus negocios, ás familias a residir no barrio.

3.- O prazo límite para a recepción dos traballos será o venres 20 de decembro, ás 14 horas. O lugar de recepción serán as oficinas de Maiz Creativos en Rúa República de el Salvador, 26, 8ºS, 15701 - Santiago de Compostela. A empresa non se fai responsable de perdas ou retrasos por causas alleas a mesma.

4.- Cada autor/a poderá participar cun máximo de 2 traballos, con material e técnica libres, manual, mecánica ou dixital, sempre que estes sexan orixinais. Presentaranse dous A4 (21x29,7cm) montados sobre cartón pluma de 5mm de grosor: un co deseño da marca orixinal e no outro a mostra de tres aplicacións gráficas: banner para páxina web, bolsa e cartel comercial tipo.

5.- A obra debe presentarse sen sinatura de autor/a, que limitará a súa identificación a un lema ou título da peza. Debe acompañarse dun sobre pechado cunha copia en formato dixital -CD/DVD/USB-, unha breve explicación da obra, e os seguintes datos: nome, apelidos, D.N.I., idade, profesión, enderezo, teléfono e correo electrónico.

6.- As obras expóranse ao público no Museo do Pobo Galego entre o sábado 21 de decembro ás 17 h ata o domingo 29 de decembro ás 13 h e serán obxecto de votación popular.

7.- O premiado seleccionárase, de entre os cinco traballos con maior número de votos, por un xurado composto pola Concelleira de Comercio, que o presidirá, dúas persoas en representación da veciñanza do barrio e dous profesionais recoñecidos no ámbito do deseño e a comunicación.

8.- O xurado valorará especialmente: a creatividade do arte final, o impacto visual, e a relación coa filosofía do evento. Igualmente, terá en conta a potencialidade para as futuras aplicacións gráficas. No caso de empregar algunha imaxe ou marca non pertencente ao autor/a, deberase xustificar a compra dos dereitos.

9.- O gañador darase a coñecer o 30 de decembro de 2013 a través da web municipal www.santiagodecompostela.org e www.urbanasantiago.org



10.- O premio estará dotado con 3.000 euros.

11.- O orixinal premiado e os seus dereitos de imaxe **pasarán** a ser propiedade do Concello de Santiago de Compostela, que poderá reproducilos, modificalos e aplicalos a distintos formatos e soportes sen autorización do/a autor/a. Os orixinais non premiados poderán recollerse no mesmo enderezo de recepción de traballos ata o 17 de xaneiro de 2014.

12.- A Organización resérvase o dereito a deixar baleiro o premio, así como a rexeitar para concurso calquera peza que considere, ou que non se axuste ás presentes bases. As súas decisións serán inapelables.

13.- A marca que resulte gañadora pasará a ser da titularidade municipal que poderá empregar, a tal efecto a persoa gañadora deberá entregar ao Concello o manual completo de uso da marca.