

Caracol de Plata, 22 años de mensaje social

Especial

Cd. de México, México (22 octubre 2021).- Llega la edición 22 de Caracol de Plata, Reconocimiento Iberoamericano al Mensaje de Beneficio Social, ediciones en las que ha impulsado la comunicación responsable. La convocatoria la abrió el Centro Mexicano para la Filantropía (**CEMEFI**) y cierra el próximo 30 de noviembre. La premiación está programada para mayo de 2022.

En esta edición se incorporan dos nuevas categorías, indicó Elena Rivera, coordinadora del certamen, en plática con Campañas. Éstas son: Caracol con Impacto Social, y de Responsabilidad Social y Sostenibilidad, con las que quieren medir el impacto de los mensajes de beneficio a la sociedad a nivel iberoamericano, al ser un concurso especializado en comunicación social, y que de manera alguna pretenden tener las mismas métricas de otros certámenes que evalúan comunicación social.

Las categorías tradicionales han sido: Gráfica, Medios Alternativos, Medios Digitales, TV/Cine y Campañas Integrales, y con las dos que incorporan ahora suman siete.

Elena consideró que a partir de la pandemia todo mundo ha utilizado crecientemente medios digitales con gran alcance y presupuestos reducidos, por lo que su Categoría de Medios Digitales ha crecido sensiblemente en buenas propuestas y muy creativas.

Con las dos nuevas esperan hacer eco siendo Caracol de Plata parte de las acciones del **CEMEFI**, institución que otorga el distintivo ESR, de Empresa Socialmente Responsable, y cuyo presidente ejecutivo es Ricardo Bucio, quien en abril relevó a Jorge Villalobos, quien tuvo una larga trayectoria de más de tres décadas.

Al inicio de Caracol de Plata en 1999, recordó, las propuestas eran pocas y están contentos de que ha incentivado la creación de mensajes de beneficio social. El año pasado recibieron, entre piezas individuales y campañas, un total de 222 trabajos y los índices de crecimiento para este año los estiman entre 5 y 7 por ciento.

En 2021, enfatizó Rivera, a pesar de la pandemia, tuvieron más de 83 nominadores, esto es de agencias de comunicación y publicidad principalmente, los que a su vez multiplicaron la participación a través de sus clientes.

Derivado de ésta, abundó, las propuestas han estado muy enfocadas a temas contra la violencia de género, como "Voces Perdidas", creada por Archer Troy, y "Valiente", de Agencia Montalvo, ambas campañas ganadoras de la edición de este año.

En cuanto al Caracol Universitario, informó que ya no habrá una premiación para éste y otra para Caracol de Plata Profesional; esto es, no habrá dos ceremonias sino una sola. Esto significa que en mayo también se premiará a los jóvenes ganadores del certamen que en 2021 tuvo como tema "Acción Ciudadana ante la Pandemia y el Cambio Climático", con gran eco en universidades de Iberoamérica. Participaron 29 de siete países con 288 mensajes. Por México ganó la dupla del Centro Universitario de Mercadotecnia y Publicidad (CUMP).

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/caracol-de-plata-22-anos-de-mensaje-social/ar2283047>

Fecha de publicación: 22 octubre 2021