**MediaCat ShortCase 2020**

Geçtiğimiz yıl ilk kez düzenlenen kısa film yarışması MediaCat ShortCase, bu kez Türkiye Obezite Araştırma Derneği’nin (TOAD) işbirliğinde, Novo Nordisk Türkiye koşulsuz desteğiyle hayata geçiyor. Yarışmanın bu yılki teması ise “Obeziteye Karşı Doğru Farkındalık”. Dünyada 650 milyon, Türkiye’de ise 20 milyon fazla kilolu ve obeziteli birey bulunuyor. Başka bir deyişle, Türkiye’de her 3 bireyden 1’i obeziteli. Ancak obezite kadar tehlikeli olan bir şey var ki, o da konuya ilişkin yanlış bilgiler ve algılar. MediaCat ShortCase 2020, 30 yaş altı herkesi (bireysel ya da ekip olarak) obeziteye dair doğrular inşa etmeye davet ediyor.

**BRIEF**

Obezite, tedavisi mümkün olan ve profesyonel hekim desteği gerektiren bir hastalık. Vücut Kitle İndeksi (VKİ) 27’nin üzerinde olan bireyler fazla kilolu, 30’un üzerinde olan bireyler obeziteli kabul ediliyor. Ancak toplumda Vücut Kitle İndeksi’nin ne olduğuna yönelik farkındalık oldukça düşük. Bu bilgi eksikliği ise, fazla kilolu bireylerin kendilerini balık etli olarak tanımlayarak, obezitenin getirdiği sağlık risklerini es geçmelerine sebebiyet verebiliyor.

Obezitenin yol açtığı sağlık risklerinin yanında, obeziteli bireylerin aile içinde, işyerinde, toplu ulaşım araçlarında vs. uğradıkları negatif ayrımcılık da yaygın bir davranış biçimi olarak görülüyor. Hastalığa yönelik bilinçlenmenin artması, bu psikolojik baskının ortadan kalkması ve obezitenin yalnızca kozmetik bir problem olarak algılanmasının önüne geçilmesi için de çok önemli.

MediaCat ShortCase’e başvuracak olan markalı kısa filmler; obezite tanısında kritik olan Vücut Kitle İndeksi kavramının bilinirliğinin artırılmasını ve VKİ’si 30’un üzerinde olan bireylerin obeziteli olduğu bilgisinin yaygınlaştırılmasını amaçlamalı; oluşturulan hikâye, obeziteli bireylerin bir hekime giderek tedavi olması gerektiği mesajını vermeli ve/veya obeziteli bireylerin maruz kaldığı psikolojik baskının ortadan kalkması için gerekli olan bilinçlenmeyi vurgulamalı.

**DEĞERLENDİRME SÜRECİ**

MediaCat ShortCase kazananları, sektörün seçkin isimlerinden oluşan bir jüri tarafından belirlenecek. Jüri yaptığı değerlendirmede projeleri, Strateji (yüzde 30), Yaratıcılık (yüzde 40) ve Uygulama (yüzde 30) kriterlerine göre ele alacak. MediaCat ShortCase başvuruları 30 Kasım’a kadar uzatıldı.

Kapital Medya tarafından verilecek ödüllerde, yarışmanın birincisi 10.000 TL, ikincisi 7.500 TL, üçüncüsü ise 5.000 TL’nin sahibi olacak.