

A young man with long, dark dreadlocks is smiling broadly, looking towards the right. He is wearing a dark t-shirt and a black neckerchief. In the background, other people are visible, including one wearing a red and white baseball cap and sunglasses. The scene appears to be an outdoor cultural event with greenery in the background.

ES CULTURA
LO★
CAL

2020

M E M O R I A S

Claudia Nayibe López Hernández
ALCALDESA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

Nicolás Francisco Montero Domínguez
SECRETARIO DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE

INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES
- IDARTES

Catalina Valencia Tobón
DIRECTORA GENERAL

Paula Villegas Hincapié
SUBDIRECTORA DE LAS ARTES

Liliana Marcela Pamplona Romero
ASESORA DE LA DIRECCIÓN

Diver Milena Barrantes López
LÍDER PROGRAMA ES CULTURA LOCAL

Angélica Fonseca Alfonso, Barrios Unidos
Eddy Yazmín Laverde, Teusaquillo
Eliana Zumaque Gómez, Usaquén
Julio Pulido Castillo, Engativá
Miladys Ramírez Ardila, Chapinero
Ruth García Murcia, Fontibón
Sergio Soto Galán, Suba
GESTORES TERRITORIALES ES CULTURA LOCAL

Edgar Ordóñez Nates
María Barbarita Gómez Rincón
COMITÉ EDITORIAL

Jeison Fandiño González
Laura Ossa Aya
REDACCIÓN Y EDICIÓN

Juan Ochoa Rojas
DISEÑO

Publicación digital de distribución gratuita con fines culturales.

PORTADA
Fotograma del evento realizado por **La Legión** como parte de su proyecto para Es Cultura Local en la localidad de Usaquén

INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES - IDARTES
Carrera 8 #15-46. Bogotá - Colombia
Conmutador: (+601) 379 5750
www.idartes.gov.co

El contenido es responsabilidad exclusiva de los autores y no representa necesariamente el pensamiento del Instituto Distrital de las Artes - Idartes.



Proyecto **Música a la carta** - Teusaquillo

Contenido

| | |
|---------------|---|
| pág. 3 | Introducción - Catalina Valencia, Directora del Idartes. |
| pág. 4 | Descripción del programa |
| pág. 6 | Balance por localidades |

Usaquén

Chapinero

Fontibón

Engativá

Suba

Barrios Unidos

Teusaquillo

Introducción

Catalina Valencia Tobón
Directora General - Idartes

Sin duda, el Programa Es Cultura Local es una de las apuestas más destacadas del sector artístico y cultural del 2020. Surge en un año colmado de pruebas y desafíos apremiantes; habíamos recibido la administración de la ciudad y estábamos en la labor de formulación del Plan de Desarrollo - Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI, en el que nos trazamos retos importantes como posicionar las artes en la agenda institucional de la ciudad, ampliar las posibilidades de empleabilidad para los artistas, llegar con una oferta integral del Idartes a los territorios y estructurar nuevas estrategias de fomento. Sin advertencia previa, nos encontramos haciendo frente a una emergencia sanitaria mundial, la crisis en nuestro sector no se hizo esperar, debíamos encontrar alternativas para dar una respuesta que aliviara los impactos de la pandemia y nos devolviera la esperanza.

Es así como de la mano de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, la Secretaría de Gobierno, siete Fondos de Desarrollo Local y el Instituto Distrital de las Artes - Idartes, logramos una alianza que buscó apoyar, reactivar y fortalecer a 259 agrupaciones y microempresas del ecosistema cultural y creativo de la ciudad. Para cumplir este propósito el Idartes puso a disposición su experiencia en la implementación del Programa Distrital de Estímulos.

Entre los resultados generales de la implementación del programa, se destaca que estas 259 propuestas ganadoras de las convocatorias por localidades, generaron apoyos directos a 10.024 participantes, es decir, aportaron para que estos beneficiarios directos fueran receptores de recursos que permitieran la reactivación económica de sus actividades productivas, así mismo, se beneficiaron 1.234.480 personas de forma indirecta, participantes de los procesos y productos derivados de la implementación de cada una de las propuestas, tanto en su modalidad virtual como presencial.

Un año y medio después, podemos decir que gran parte de estas visiones del Plan de Desarrollo que soñamos, se concretaron en Es Cultura Local más pronto de lo que esperábamos, la crisis nos dio la oportunidad de construir una alianza virtuosa, que deja grandes frutos y abre nuevas posibilidades, por ello sólo me resta hacer un reconocimiento enorme a los ganadores del programa, a los cuáles les rendimos un homenaje en estas memorias, a las alcaldías locales de Barrios Unidos, Chapinero, Engativá, Fontibón, Suba, Teusaquillo y Usaquén, que creyeron en este programa y que, junto con el Idartes, fueron los encargados de darle vida a cada uno de los proyectos propuestos en esta primera versión.

Descripción del programa

El programa Es Cultura Local 2020 hace parte de la Estrategia de Mitigación y Reactivación Económica Local que tiene como objetivo apoyar, reactivar y fortalecer a las agrupaciones y microempresas del ecosistema de la creatividad, la cultura y el arte en Bogotá.

Este programa está dirigido a microempresas y agrupaciones del escenario cultural y creativo. Tiene como propósito el apoyo y fortalecimiento de las industrias creativas y culturales para la adaptación y transformación productiva, una apuesta liderada por la Secretaría de Gobierno, y la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, con recursos priorizados por 10 Fondos de Desarrollo Local.

Desde El Instituto Distrital de las Artes – Idartes, en su primera versión se apoyó el fortalecimiento de los procesos de los agentes creativos y culturales dentro de los eslabones de la cadena de valor: (creación, producción, distribución, exhibición, comercialización y promoción) de bienes y servicios culturales y creativos en 7 localidades de Bogotá: Usaquén, Chapinero, Engativá, Suba, Barrios Unidos Teusaquillo y Fontibón.

Con este modelo de desarrollo local, que está articulado a la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, se reactivaron las actividades económicas del sector, se generaron ingresos y empleos en las localidades y se fortalecieron los procesos productivos de los agentes que desarrollan actividades en el campo de las artes, la cultura y el patrimonio de Bogotá.

En el marco del programa Es Cultura Local 2020 se otorgaron directamente 259 estímulos a microempresas y agrupaciones del ecosistema cultural y creativo de cada una de las localidades. En un esfuerzo por incluir múltiples tipos de proponentes, las convocatorias públicas fueron dirigidas tanto a personas naturales como a personas jurídicas (entidades sin ánimo de lucro o con ánimo de lucro) y agrupaciones de mínimo tres integrantes.

Mediante la convocatoria del Programa Distrital de Estímulos, Es Cultura Local recibió más de mil propuestas. 259 fueron elegidas como ganadoras de los estímulos económicos que sumaron los \$10.766.944, en las 7 localidades participantes, beneficiando cerca de 175 microempresas y 84 agrupaciones del campo cultural y creativo.

Con este programa se impactó de forma positiva en el bienestar de 10.167 participantes directos y 1.259.776 indirectos. Teniendo en cuenta los diferentes grupos poblacionales, se lograron beneficiar 132 indígenas, 243 NARP,

535 Rrom, 23.942 LGBTI, 5.365 víctimas del conflicto armado, 558 personas en condición de discapacidad, 220.931 mujeres, 137.861 jóvenes entre los 18 y 28 años y 42.745 personas mayores de 50 años.

Así fue la distribución de recursos y beneficiarios por localidad:

- **Suba:**
48 ganadores y recursos por \$1.708.695,652
- **Fontibón:**
44 ganadores y recursos por \$2.100.640,000
- **Teusaquillo:**
43 ganadores y recursos por \$1.654.347,826
- **Chapinero:**
40 ganadores y recursos por \$1.559.782,608
- **Usaquén:**
40 ganadores y recursos por \$1.907.608,695
- **Barrios Unidos:**
38 ganadores y recursos por \$1.551.086,956
- **Engativá:**
6 ganadores y recursos por \$284.782.609



Proyecto Laboratorio Circense Usaca - Usaquén

ES CULTURA LO* CAL

259 Becas

Entregadas a
proyectos
**artísticos y
culturales**



**1.227.456
Beneficiarios
indirectos**



7 Localidades

Barrios Unidos
Teusaquillo
Chapinero
Fontibón
Usaquén
Engativá
Suba

**10.024
Beneficiarios
directos**

\$ 10.766'944.346

Invertidos desde lo local

Usaquén
ES CULTURA
LO
CAL

\$1.907'608.695
millones 
invertidos desde lo local

 **40 estímulos**
entregados a proyectos
artísticos y culturales

1.783
beneficiarios directos

283.060
beneficiarios indirectos



USAQUÉN

Más de 1.900 millones de pesos fueron invertidos en Usaquén para promover la reactivación del sector creativo y cultural con la entrega de apoyo económico, seguimiento técnico y formación en habilidades empresariales y de emprendimiento a 40 microempresas y agrupaciones.

Usaquén es una localidad diversa y activa culturalmente, con 31 equipamientos culturales para una población de no más de 475.000 habitantes. La pandemia disminuyó las fuentes de ingreso de los actores de este sector económico, por lo que Es Cultura Local significó un salvavidas para las 27 microempresas y 13 agrupaciones seleccionadas.

Los ganadores dinamizaron e integraron diferentes procesos de valor con 34 proyectos de creación, 36 de producción, 19 de distribución, 35 de exhibición, 18 de comercialización y 22 de promoción, que lograron vincular a otras 118 microempresas y

agrupaciones, ya más de 1.700 personas que se beneficiaron directamente de los recursos de las becas, al ser parte de uno de los eslabones de la cadena de valor. Adicionalmente, más de 280.000 personas se beneficiaron indirectamente al adquirir o participar en las actividades, servicios y productos resultado de los proyectos.

Las becas del programa Es Cultura Local involucraron diferentes áreas artísticas, en las que se desarrollaron dieciséis propuestas audiovisuales, doce de artes escénicas, once de música, seis de literatura, una de circo, cuatro de danza y seis de artes plásticas. El programa también llegó a muchos ganadores que nunca antes habían recibido recursos de estímulos distritales: de 40 ganadores, 34 participaban por primera vez.





1. Diletante SAS (669-007)

Parias es un proyecto para la creación de una serie de televisión para jóvenes, que desarrolló el formato y un demo audiovisual. Más de treinta personas hicieron parte del desarrollo del formato y la producción del demo, que será presentado a potenciales compradores. El desarrollo del formato se utilizó para postular la serie al Bogotá Audiovisual Market (BAM) y a la convocatoria Abre Cámara del MinTic.

“La serie ha contribuido y seguirá contribuyendo a la reactivación económica del sector audiovisual, pues ya ha iniciado su etapa de preproducción y beneficia a más de 30 personas”.

2. Cabod Producciones SAS (669-014)

Usaquén para Todos es un programa de televisión de tres capítulos que permite que diferentes proyectos de gastronomía, comercio o turismo puedan tener una mayor visibilidad y divulgación entre la población local y nacional.

“Esta beca ha significado mucho para nuestra empresa, pues en este tiempo de pandemia, que no ha sido nada fácil, nos permitió tener un respiro y un impulso económico, que nos sirvió tanto a nosotros como a diferentes entidades y personas del sector creativo y cultural”.



3. Editorial ClickArte (669-019)

El proyecto gestionó la primera plataforma de ventas en línea de cómics, revistas y juegos de mesa, con el objeto de identificar talentos y autores de la localidad, quienes se capacitaron en procesos de impresión y comercialización. Además, se realizó una feria comercial para el lanzamiento de sus productos y se les dio un espacio en el Mercado de las Pulgas de Usaquén, para la venta y exposición de sus productos.

“Los autores de cómics, revistas y juegos de mesa siempre hemos necesitado apoyo para producir cómics y juegos de mesa. Con esta beca quisimos darles una solución por demanda a los autores de la localidad”.



4. David Eduardo Posada Rada (669-023)

Semillas Bajo Tierra apoyó a compositores independientes para materializar sus obras mediante la producción audiovisual y de eventos, aportándoles videos en vivo de alta calidad, para que dieran a conocer sus obras. Los conciertos se transmitieron en el Facebook del Festival y de cada participante. Además, se hizo la posproducción del material y se visibilizó a través del canal de YouTube de Semillas Bajo Tierra, así como en las redes sociales de los artistas.

“Es una oportunidad muy grande de hacer cultura, gestionando herramientas y recursos para dar oportunidades a autores musicales que hacen parte de las industrias más afectadas por la pandemia”.

5. Tayta Hub SAS (669-025)

Entre Bares & Cocinas es una serie de YouTube que busca promover con arte audiovisual a los restaurantes afectados por la pandemia. Se seleccionaron veinte restaurantes para mostrar un poco de su oferta gastronómica y ayudarlos a salir adelante con el apoyo de la beca. Además, se generó empleo en el sector audiovisual para la producción de los capítulos de la serie.

“Esta beca dio un gran impulso a nuestra empresa, ya que nos permitió promocionarnos mediante la ejecución de nuestra propuesta. Hemos sentido la buena labor que se está haciendo por los restaurantes y el apoyo del sector audiovisual. Es muy positivo el impacto que se está generando a nivel social y es notoria la cantidad de empleos directos que se han creado gracias a esta increíble iniciativa”.



6. Sebastián Sero Valenzuela (669-039)

El proyecto se basó en la creación de videos tutoriales en diferentes ámbitos de la música. Se creó una aplicación de contenidos educativos de música online de calidad internacional, que involucra a un grupo de profesionales y técnicos en diversas áreas, que trabajan al unísono por un mismo objetivo: llevar a muy bajo costo educación musical de calidad. Classicstone en Casa busca llevar a muchos hogares, de manera virtual, un proceso coherente y escalonado de formación en música.

“Crear soluciones para una educación práctica y económica debería ser la meta de toda institución académica. Nosotros lo estamos haciendo realidad”.





7. Fundación Fahrenheit 451 (669-040)

En su décima versión, el Festival de Literatura de Bogotá, organizado por la Fundación Fahrenheit 451, rindió homenaje al poeta y periodista Julio Daniel Chaparro, al cumplirse treinta años de su asesinato. Se realizaron diversos encuentros virtuales en torno a su obra, hubo talleres y conversatorios con importantes escritores, como Pilar Quintana y Ricardo Silva. Con el lema "El Festival se toma Usaquén" se creó una mesa sectorial compuesta por diez proyectos (editoriales, de bibliotecas, organizaciones y autores) de la localidad, que permitieron que el Festival se centrara en mostrar el trabajo de las letras que se hace en Usaquén. También se dispuso de un recurso económico para comprar ejemplares de publicaciones hechas en la localidad para, por un lado, apoyar y reactivar el sector, y, por otro, visibilizar dicho trabajo.



La beca permitió dinamizar y fortalecer, de manera concreta, el Festival de Literatura de Bogotá, al tiempo que nos ayudó a crear un trabajo en red con otras organizaciones, proyectos, con otros gestores y creadores de la localidad de Usaquén".

8. Stevan Jiménez Ortegaón (669-044)

Senderos de libertad es una película documental de 70 minutos, realizada por mujeres víctimas de la discriminación en razón de su cabello rizado, en distintos lugares del país, quienes buscan dar a conocer estos comportamientos dañinos que se han normalizado. El documental es un contenido para todo público que busca generar un cambio social en tiempos turbulentos como los que estamos viviendo, y que se adapta a las nuevas narrativas cinematográficas. A la vez, en la plaza de Usaquén se realizaron actividades enfocadas en la promoción del proyecto, a las que se invitó a la población de la localidad de Usaquén para que conociera la problemática en espacios de discusión en los que participarían las protagonistas.



Este proyecto benefició a veintiséis personas naturales que realizaron actividades técnicas y artísticas en las diferentes etapas del documental, al tiempo que contribuyó a consolidar empresas audiovisuales que se encargaron de alquilar elementos y prestar servicios técnicos y artísticos. Así pues, se generaron ingresos económicos para emprendimientos pertenecientes a las mujeres protagonistas que se han visto afectadas por la pandemia".



9. Asociación Lope de Vega (669-047)

El proyecto es una página web que contribuye al desarrollo de las industrias culturales de la localidad, a la gestión cultural y a la reactivación. Se diseñaron encuentros, charlas, un seminario, podcast y entrevistas para hablar de gestión cultural y cambios culturales en los roles de las mujeres, en la circulación local y en las diferentes maneras de ver la economía de la cultura. Se creó un puente entre académicos y artistas mediante un encuentro en el que participaron un empresario del sector de restaurantes, un grafitero, expertos en diversas áreas y artistas.



El Museo del Futuro es una plataforma y vitrina para dar a conocer las perspectivas y los puntos de vista de los diferentes sectores audiovisuales y culturales de Usaquén, de sus economías y, sobre todo, de cómo ven el futuro desde sus roles en la sociedad".





10. Laura Catalina Salgado Álvarez (669-059)

La propuesta se basa en un concierto de cierre del segundo EP Aguacero y Sol, que tiene como propósito exponer las diferentes etapas por las que pueden pasar las personas en las relaciones de pareja. En las canciones se habla sobre el enamoramiento, el rompimiento, el engaño, e incluso el maltrato. También, se tratan temas como el empoderamiento y la autoestima, con la idea de ayudar al oyente a sobrellevar las relaciones y enseñarle a reconocer e identificar las emociones. Es un proyecto conjunto con la artista Pilar Cabrera, la Fundación FamiPaz y Line UP. Esta fundación sin ánimo de lucro se encarga de ayudar, con perspectiva de género, a personas que han sido víctimas de la violencia en pareja, sexual o intrafamiliar. Participará con una intervención en la mitad del evento y lo recaudado por boletería será donado a la Fundación, para que con su trabajo pueda seguir contribuyendo al fortalecimiento de la sociedad en la localidad.

Esta beca aporta al sector cultural reactivando toda la cadena de valor de la industria musical: prensa, agencias musicales de marketing, imagen, sitios de ensayo, fotógrafos y lugares para tocar en vivo".

11. La Movida Colectivo (669-065)

El proyecto Cantero Anónimo surgió de la necesidad de resignificar la época de las canteras en los barrios Delicias del Carmen, Pañuelito, La esperanza, Unicerros Delicias Altas y Bella Vista, territorio conocido por sus habitantes como el Alto de las Miras. El colectivo logró contribuir a la reactivación económica de artistas con la creación de un mural que representa las memorias del territorio, una feria microempresarial que benefició a familias emprendedoras que quedaron sin empleo por la pandemia, a formadores en artes y deportes, quienes compartieron sus conocimientos con niños, niñas y adolescentes que se inscribieron al proyecto con la intención de reconocer las memorias de sus ancestros. Finalmente, reactivó la actividad de profesionales de los campos de la comunicación y audiovisual con la realización y promoción del documental Cantero anónimo.

Participar en la feria nos permitió darnos a conocer, vender nuestros productos y crecer como emprendimiento gracias al proyecto. Estas becas fortalecieron enormemente el sector artístico y cultural, beneficiando a más de ochenta familias afectadas por la pandemia".



12. Óscar Salazar Holguín (669-068)

El proyecto Pa los Santos consistió en realizar 39 presentaciones musicales en restaurantes, parques y centros comerciales con el objetivo de reactivar la actividad musical y cultural en conjunto con las labores comerciales del sector gastronómico y artístico. A lo largo de la ejecución del proyecto se logró reactivar y aumentar la asistencia a restaurantes, centros comerciales y ferias; adicionalmente, se desarrollaron e impulsaron creaciones musicales propias del grupo Pa los Santos, como Rosi, Cúrate y Respirar, entre otras, con lo que se incrementó el público interesado en sus producciones.

Durante la pandemia, la música en vivo fue como un bálsamo, tanto para el alma de los comensales como para la de los intérpretes. Nos motivó a la creación de nuevas canciones y dio estabilidad económica a los integrantes del grupo y al gremio gastronómico, que consiguió mejorar sus ventas".



13. Equilibrio Social y Cultural (669-069)

El proyecto contribuyó a reactivar la industria creativa y cultural de Usaquén programando cuatro espectáculos, para diferentes públicos, en la sala del teatro Belarte. Con las presentaciones se buscó beneficiar a la sociedad y a las entidades en medio de la contingencia sanitaria. También significó un apoyo para el equipo de trabajo consolidado según las necesidades para ejecutar la iniciativa. Se convocó al público de la zona a participar en los espacios culturales presenciales y virtuales que se crearon. Aprovechando la afluencia del público en la sala y los alrededores del teatro, fue posible incentivar el consumo de alimentos, bebidas y productos culturales, lo que favoreció la reactivación económica de la localidad.



Esta beca dinamizó la vida cotidiana en Usaquén al programar un teatro con contenidos artísticos y de entretenimiento, lo cual mejoró el estado de ánimo de los asistentes y generó trabajo para los artistas, al tiempo que fortaleció la convivencia en la comunidad".

14. Lazos Artísticos (669-072)

Durante la ejecución del proyecto se realizó una alianza con dos personas del sector textil con experiencia en estampados y bordados, para elaborar camisetas, buzos, gorras, gorros y maletas, con el propósito de contribuir a la reactivación del sector y formar una base sólida para el inicio de un emprendimiento propio. Adicionalmente, se realizaron diez intervenciones artísticas en locales comerciales, donde se exhibieron y vendieron prendas de vestir. Aparte de que el proyecto posibilitó la intervención y el embellecimiento del establecimiento, el público pudo acceder a prendas diseñadas y elaboradas con diseños exclusivos por los artistas de la agrupación. De esta manera, estos espacios pudieron tener nuevas prendas en su stock y, por medio de la intervención artística se hizo más llamativo el establecimiento.



La propuesta contribuyó a la reactivación de la localidad con la compra de materia prima para la elaboración de las prendas y para realizar las intervenciones artísticas. Las estrategias puestas en práctica fortalecieron las ventas e hicieron más llamativos los lugares, lo que ayudó no solo al local beneficiado, sino a los locales vecinos".



15. Corporación Artística Cultural Folkolombia (669-073)

El proyecto El Arte Itinerante se Toma Usaquén consistió en la presentación y circulación de diferentes actos artísticos de música, con presentaciones de grupos musicales de diferentes géneros y estilos, y danza en la modalidad de parejas de bailarines, que ejecutaron coreografías de diferentes géneros y ritmos musicales. Las actividades se desarrollaron en un vehículo de tipo furgón que fue adecuado como escenario rodante y tuvo la adecuación técnica de sonido e iluminación para la ejecución de la iniciativa. Adicionalmente, estuvo dotado de una pantalla LED para la exposición de los contenidos del evento y difusión de la programación cultural venidera.



Esta beca permitió contratar a artistas de la localidad y emplear al personal que hizo posible el traslado de los artistas y los técnicos de luces y sonido, y del equipo del camión-escenario".





16. Colectivo Radio Enlace Urbano (669-076)

El proyecto Radio Andarte se enfocó en patrocinar cinco agrupaciones que por su puntaje no lograron clasificar entre los ganadores de la primera convocatoria del programa Es Cultura Local. Se realizaron cinco tertulias radiales, cinco videos promocionales y un catálogo digital para dar a conocer sus productos y su quehacer como actores artísticos y culturales de la localidad. Estas agrupaciones recibieron un reconocimiento económico por su participación y, gracias al desarrollo de las actividades, fortalecieron sus posibilidades de ser contratados por entidades y organizaciones que requieran de los servicios en las que ellas se especializan.

“Gracias a esta propuesta fue posible visibilizar a algunos agentes del sector artístico y cultural de nuestra localidad. Esto permitió fortalecer los lazos sociales y el sentido de pertenencia, y favorecer económicamente unos proyectos artísticos que, la mayoría de las veces, se construyen con las uñas, sin esperar nada a cambio”.

17. Telemultimedia Sociedad Limitada (669-082)

El proyecto Tyranos es una obra de teatro multimedia que se convirtió en una plataforma interactiva que permitió a los espectadores interactuar, navegar y establecer una relación con la obra para reconocer con mayor profundidad las intenciones de los protagonistas. La puesta en escena puso al espectador en el papel de elector de tres posibles candidatos que quieren llegar al poder en un país sumido en una distopía. Con la obra se buscó ridiculizar los procesos electorales, representando ideologías de derecha, centro e izquierda. Adicionalmente, el desarrollo de las actividades de producción y circulación contribuyeron a la reactivación económica, al convocar talento del medio teatral, como actores, músicos, realizadores audiovisuales y vestuaristas, entre otros, así como al exigir la contratación de servicios de transporte y alimentación de prestadores de servicios de la localidad.

“Es importantísimo que este tipo de incentivos sigan, no solo durante el tiempo de la pandemia, sino más allá, porque el sector cultural está muy abandonado y es muy difícil desarrollar iniciativas sin dinero. Sabemos que podremos seguir visualizando el producto Tyranos en internet y encontraremos la manera de llevarlo a la presencialidad”.



18. Mujer es Arte (669-083)

La propuesta de la agrupación Mujer es Arte permitió llevar a cabo un guion audiovisual adaptado a partir del libreto de la obra de teatro Crisálidas, que muestra las diferentes formas de violencia contra las mujeres para generar espacios de sensibilización y reflexión en torno a esta problemática. La adaptación del guion fue un trabajo colectivo y logró visibilizar la trata de personas. Se centró, particularmente, en cómo la captación de mujeres en este negocio ilegal es sufrida por las personas más vulnerables de la sociedad.

“El proyecto fue importante porque visibilizó una sentida problemática sobre la violencia contra la mujer en la dolorosa expresión de la prostitución y la trata de personas, y porque constituyó una herramienta artística y pedagógica para la reflexión”.



19. Integración Comunitaria Asinco (669-086)

El proyecto literario Otto, cuéntame un cuento nuevo buscó impulsar un espacio de encuentro alrededor de la palabra, que estimuló la interacción de los niños con sus familiares, cuidadores y maestros. Como estrategia, mediante la oralidad y la lectura se fortalecieron los vínculos afectivos entre padres e hijos y se aprovechó para generar un proceso de aprendizaje de construcción de nuevos conocimientos a partir de la experiencia y la interacción. Los participantes disfrutaron el aprendizaje en un ambiente lúdico y vivencial. De esta manera fue posible que, aun en tiempos de pandemia, las artes fueran una herramienta para reconstruir y fortalecer el tejido social, y reactivar distintos sectores económicos.



En el marco de la reactivación económica, este proyecto fue la ocasión para contribuir y mejorar como equipo de trabajo. Más si se tiene en cuenta que este trabajo no es una actividad cualquiera, sino que constituye una vocación social que nos compensa y nos hace sentir como una verdadera empresa".

20. Cinco Amarillo (669-087)

El proyecto realizó Zona U, un mediodocumental que da a conocer y resalta los atractivos culturales, gastronómicos y turísticos de Usaquén, así como su historia, para despertar el interés de posibles turistas y despertar el deseo de conocer la localidad, la gente que la habita y hacer de su visita un momento agradable. Con el apoyo del Programa Es Cultura Local fue posible desarrollar la preproducción, grabación, edición y promoción del documental, que incluyó una estrategia de visibilización por medio de prensa libre y una campaña en redes sociales, así como la exhibición del documental terminado. Así, el incentivo sirvió para promover el crecimiento económico de la localidad mediante el turismo.



Zona U perdurará en el tiempo como documento audiovisual de consulta en los ámbitos nacional e internacional, y permitirá que la gente conozca más a Usaquén. El dinamismo de este video logrará que la gente se antoje de visitar la localidad, lo que favorecerá la reactivación de la zona, tanto económica como culturalmente".



21. Jorge Andrés Arciniegas Huertas (669-089)

La propuesta consistió en realizar catorce presentaciones e integraciones/talleres por medio de la técnica "ritmo con señas", para dirigir, componer y enseñar ritmo en tiempo real. El estímulo contribuyó a la reactivación de La Legión, un proyecto que integra a catorce percusionistas profesionales de diferentes géneros que, gracias a esta convocatoria, pudieron recibir ingresos. De esta manera se ha apoyado la reactivación del sector artístico y se ha motivado a los integrantes del grupo a seguir haciendo música en tiempos en que, para generar ingresos, han tenido que recurrir a otras actividades. También se creó un espacio cultural en el que, los fines de semana, las personas no solo disfrutaron de un show de características únicas, sino que se integraron y aprendieron sobre la forma como La Legión concibe el ritmo. Así pudieron conocer las señas y nuevas formas de creación artística. Todo esto se traduce en un impulso de la cultura, el arte y la música en Usaquén.



La propuesta impulsó el sector cultural al apoyar un show de innovación musical único en Colombia. Generamos un espacio donde las personas se conectaron, de forma natural, con el ritmo a través de nuestras dinámicas. Las presentaciones se realizaron en el parque del Country y en Zula, donde el flujo de público y la demanda de los bienes y servicios de la zona se incrementaron".



22. Asociación de Arte y Cultura La Esfinge (669-090)

Este proyecto buscó fortalecer el sector artístico y cultural de la localidad haciendo énfasis en la mujer como eje fundamental de la sociedad. Para ello se valió de un conjunto de acciones que implicaron la contratación de artistas locales como actrices, actores, dramaturgos, directores, luminotécnicos, editores y directores audiovisuales, entre otros. Se produjeron dos textos dramáticos, dos creaciones teatrales, un tema musical y una coreografía. Se contempló la producción de un video profesional por cada uno de los espectáculos que se exhibieron, pues se volvió un insumo obligado en el mundo de la virtualidad. El apoyo constituye un gran impulso para la futura promoción y comercialización de las puestas en escena producidas en la localidad.



Este proyecto significó mucho para las mujeres de Usaquén, no solo porque muestra a tantas mujeres que hacemos arte y cultura en la localidad, sino también porque ha contribuido a la reactivación económica del sector cultural durante la pandemia, fenómeno que nos tenía bastante golpeadas".

23. Corporación de Mujeres Fresia (669-097)

El proyecto RIO (Reactivación, Innovación y Oportunidades) consistió en el fortalecimiento de la red de emprendimiento de la localidad. Brindó herramientas técnicas y financieras para el crecimiento empresarial de ocho iniciativas locales. Las iniciativas tuvieron la oportunidad de participar en talleres de constitución legal, formulación de proyectos, comunicaciones, lienzo canvas, educación financiera y liderazgo comunitario. Asimismo, fueron beneficiadas por encuentros creativos con expertos en emprendimiento, arte y cultura. Finalmente, el proyecto realizó una feria virtual durante ocho días, en los que las iniciativas tuvieron la oportunidad de presentar sus emprendimientos para posicionarse en el mercado físico y digital valiéndose de diferentes herramientas de difusión.



El proyecto ayudó a generar redes de trabajo entre los distintos colectivos, lo cual generó articulación, colaboración y apoyo en momentos de crisis. Quedamos agradecidos con Mujeres Fresia y el Idartes por cada uno de los aportes que fortalecieron nuestras capacidades".

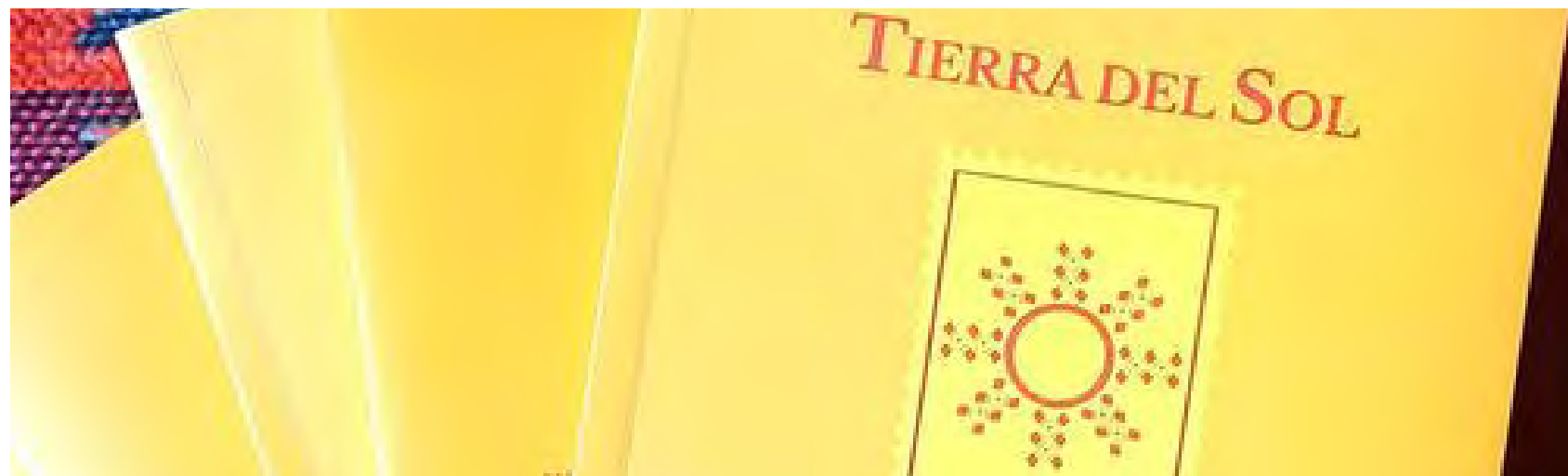


24. Juan D. Arango (669-102)

Música y Formación para las Orquídeas fue un proyecto diseñado para la reactivación económica de un sector flagelado fuertemente por la pandemia: los músicos. Dio la posibilidad a varios músicos e intérpretes colombianos de participar en siete recitales junto a la agrupación Juan D. Arango, ofreciendo música variada, desde el jazz hasta el folclor. Los primeros cuatro recitales se ofrecieron en el parque El Country y, los últimos tres fueron transmitidos de manera virtual debido al confinamiento que hubo en la ciudad en abril. Paralelamente, se crearon diez productos audiovisuales, distribuidos virtualmente, en los cuales diez docentes músicos expusieron algunos conceptos técnicos y del lenguaje musical con instrumentos.



La pandemia generó retos que, a su vez, motivaron a la agrupación, a los músicos invitados y a docentes a compartir música y generar una comunidad educativa. Además, fue posible evidenciar la necesidad que la ciudadanía tiene de consumir cultura para sobrellevar los efectos que suponen las épocas de encierro".



25. Julio César Rodríguez Bustos (669-104)

El proyecto Poeta Di Paso Anverso por Usaquén tuvo como objetivo fortalecer la Colección Anverso de poesía bilingüe con la publicación de dos antologías de poesía, la primera de ellas dedicada a siete poetas de Usaquén, con traducciones al inglés, francés, portugués e italiano; tuvo como razón de ser visibilizar a Usaquén como un territorio literario y, en especial, poético. La segunda antología compendió obras de los veintiún poetas italianos más importantes de la actualidad, traducidos al español. Igualmente, se realizó un evento con un importante componente formativo basado en conferencias sobre lectura, escritura, poesía y grandes poéticas. Este espacio fue realizado de forma virtual y se transmitió por YouTube.

“El proyecto sirvió para visibilizar a los poetas de Usaquén en su localidad, lo que posibilitó la reactivación económica de veinticuatro personas que participaron en los beneficios económicos de la beca Es cultura Local”.

26. Artdiovisual (669-118)

Para promover las industrias cinematográfica y musical se realizó Vive y Crea Usaquén, un festival virtual de cortos documentales y videoclips no mayores de siete minutos en los que los artistas y habitantes pudieron plasmar su visión y opiniones sobre la localidad. Este festival promovió la creación de contenidos, a la vez que mejoró la economía de la localidad, dado que la mayoría de los asociados a este proyecto viven en la localidad.

“A los músicos se les dio una vitrina para exponer su trabajo a escala global en las plataformas utilizadas. Igualmente pasó con los realizadores, cuyos trabajos fueron proyectados por diferentes medios. Por otro lado, la mayoría de los contratistas son de la localidad, así que el programa estimuló la reactivación económica”.



Proyectando a través de los sentidos



27. Inversiones Avanzado (669-120)

El objetivo de la propuesta fue contribuir a la reactivación económica y laboral del sector cultural de la localidad mediante la realización del musical Será que no me amas, que demandó actividad artística y generó trabajo para quienes intervinieron en el proyecto. Se trató de una obra de teatro musical que abordó el maltrato de la mujer desde el humor. Fue posible la reactivación económica de músicos, actores, productores, directores, guionistas y bailarines, entre otros, que hicieron parte de la producción y realización de la obra.

“El aporte consistió en la unión y vinculación de varios sectores culturales, como el teatro, la música y la danza, en un solo proyecto”.





28. Cumbe Escuela de Formación en Danza (669-124)

El proyecto Verbenal Cultural Más Arte Más Vida creó espacios de participación para artistas, agrupaciones y colectivos de Verbenal que fueron afectados por la pandemia. Se involucraron grupos de toda la localidad de las áreas de música, danza y teatro, y se entregaron dieciséis estímulos económicos para solistas y agrupaciones. Fue posible congregarse a más de cien artistas en escena, en un evento de dos días, con entrada libre para la comunidad. Paralelamente, se organizaron diecisiete espacios de formación en arte, cultura y patrimonio para niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, en modalidad virtual y presencial. Finalmente, se apoyó la reactivación y se brindó acompañando a emprendimientos con capacitaciones certificadas por entidades nacionales, y se creó una feria de emprendimiento para ocho mujeres en la localidad.

“En su tercera versión, el Festival Verbenal Cultural Más Arte más Vida le apostó a la reactivación económica del sector. Nos complace haber realizado un festival con los artistas y que se haya reconocido la gran producción y calidad con la que contó este evento”.

29. Electric Mistakes (669-128)

La propuesta de la agrupación Electric Mistakes fue la realización de su tercer álbum de estudio: Lola. Fueron diez canciones grabadas para distribución digital y física. El proceso de producción permitió regenerar el tejido económico del sector cultural y creativo, al contar con recursos que fueron destinados al alquiler de estudios y la contratación de ingenieros, estudios y músicos, para que pudieran continuar trabajando por la cultura.

“Esta beca nos permitió seguir trabajando en la música y seguir creando en medio de la crisis”.



30. Creative Family (669-129)

Esta iniciativa realizó tres procesos que contribuyeron a mitigar los efectos económicos y sociales adversos de la pandemia, y estuvo dirigida a personas de la comunidad de la localidad. El primer proceso fue la creación de un espacio de formación en confección urbana y marketing digital. El segundo proceso incluyó la producción de prendas de vestir a partir de los conocimientos adquiridos por los participantes en los talleres. Finalmente, la estrategia fue complementada con un proceso de circulación y promoción de los artículos confeccionados. De esta manera se hizo un aporte a la reactivación económica, al tiempo que los participantes adquirieron herramientas y las aplicaron.

“Fue muy satisfactorio. Realmente no pensamos que la convocatoria tendría tanto impacto en la comunidad. Las personas quedaron muy contentas con los nuevos emprendimientos y con las nuevas visiones de reactivar su economía. Demostraron interés en seguir contando con un curso de formación y producción como este”.



31. I/M Editores (669-130)

El objetivo general de este proyecto fue la creación de un medio de comunicación de distribución gratuita. A través de este medio se informó a residentes de la zona, a visitantes de diferentes partes del país y a extranjeros sobre las actividades culturales, recreativas y turísticas de la localidad. El propósito era reactivar los productos y servicios del sector. El proyecto contribuyó a la reactivación económica, porque identificó zonas clave de prestación de servicios y las agrupó en una sola publicación para darlas a conocer al público, promocionarlas a través de textos minuciosos y fotografías que promovieron la visita y la interacción cultural en esas zonas.



Con la creación y publicación de un libro sobre las actividades culturales y turísticas de la localidad contribuimos a visibilizar a los actores de este sector. Igualmente, con la entrega gratuita de tres mil ejemplares posibilitamos que el público conociera más opciones para pasar sus ratos de esparcimiento*.

32. La Porte del Arte (669-132)

El proyecto contribuyó a la reactivación económica de la agrupación y todos sus miembros, pues posibilitó la creación, producción y circulación de la obra teatral Mily, la viajera de cuentos, de la que también se realizó una versión audiovisual. La propuesta apoyó los procesos de reactivación económica de distintas entidades y establecimientos de comercio. Las presentaciones y el producto audiovisual circularon en espacios educativos como jardines infantiles y colegios de educación primaria, y ayudó a reactivar la economía de varios artistas de la localidad que se encontraban sin ninguna fuente de ingresos por la pandemia.



La beca nos ayudó a crear una obra en unas condiciones excepcionales de trabajo, en la que involucramos a distintos actores del sector. En particular, los músicos y la artista plástica nos permitieron tener un resultado sobresaliente. Todos los elementos de la obra creados por el equipo*.



33. Jumping Circus (669-135)

La propuesta Laboratorio Circense Usaca se enfocó en crear, visibilizar y distribuir productos artísticos circenses mediante un proceso de formación de dos meses dirigido a artistas locales, quienes debían tener como mínimo un año de experiencia. Se les dio la oportunidad de mejorar sus productos artísticos para presentarlos en el teatro Babilonia y en las redes sociales. De esto quedó un producto audiovisual para cada beneficiario. Este proceso consiguió visibilizar a emprendedores locales en la feria de clausura del proyecto, celebrada en el Salón Comunal Babilonia. El proceso se realizó con ayuda de los servicios prestados por comerciantes locales, lo que fortaleció la recuperación económica local.



Esta beca nos aportó una gran experiencia como agrupación y nos dio la confianza necesaria para seguir apostándonos al circo y a los procesos artísticos concebidos como espacios para el crecimiento social de la localidad. Fue una bendición en estos tiempos de pandemia*.



34. Radio Popular Zancocho (669-137)

La Escuela Popular de Artes Vida Digna, centrada en las artes y la cultura, fue un espacio gestionado para el encuentro y el disfrute de los habitantes del barrio El Codito. Fue una escuela de Arte Popular que permitió la organización de distintos artistas del sector para generar alternativas económicas y sociales con el propósito de enfrentar la crisis económica desatada por la pandemia. De esta manera, se potenció el trabajo con la comunidad por medio de la formación artística, con talleres de formación artística y la puesta en marcha de un espacio de impresión textil, para dar solución a necesidades básicas insatisfechas, como el acceso a la educación y el empleo.

“Esta iniciativa hizo varios aportes. Primero, generó un espacio de encuentro para artistas y diversos sectores sociales, lo que permitió el intercambio, la compra y venta de bienes y servicios relacionados con el arte. Segundo, la escuela, al ofrecer distintos talleres, benefició a los talleristas. Y, por último, el espacio de impresión textil permitió ofrecer distintos servicios”.

35. Taller 108 (669-146)

Voces del Norte fue una experiencia cultural en la que se involucró el arte, la serigrafía, el rap, el tatuaje y la música. El resultado fue “ReflejoS”, una exposición que estuvo abierta al público durante una semana. Durante esos días, los vendedores formales e informales, los parqueaderos y las personas que cuidaron los vehículos se vieron beneficiados por el flujo de los asistentes.

“Para la reactivación económica del sector cultural de la ciudad, Voces del Norte y la gestión de las becas fueron una oportunidad ideal para conocer y reconocer nuevos espacios y grupos que habitan en este sector y que hacen parte de la cultura local”.



36. Benevelé (669-155)

La ejecución del proyecto permitió la creación del Primer Festival de Corto Teatro de Bogotá (Fecte). Se realizó una convocatoria en la que participaron 160 proyectos. Mediante un proceso de curaduría fueron seleccionados cuatro ganadores, quienes recibieron, junto con los organizadores, un incentivo para la creación de un corto teatral de 15 minutos. Los trabajos premiados fueron publicados en la plataforma del Teatro Nacional. En el proceso, varias empresas del sector se vieron beneficiadas por su trabajo relacionado con la promoción, la producción, la gestión y la comercialización del Festival. Así se sumaron al propósito de lograr la reactivación económica de la localidad.

“La gran acogida de la convocatoria visibilizó la necesidad de generar una mayor oferta de proyectos enfocados en crear y producir recursos para el sector. Fecte implicó un proceso de experimentación, pues el concepto de corto teatral surgió en el desarrollo del proyecto”.





37. Jorge Esteban Pitta Bayona (669-159)

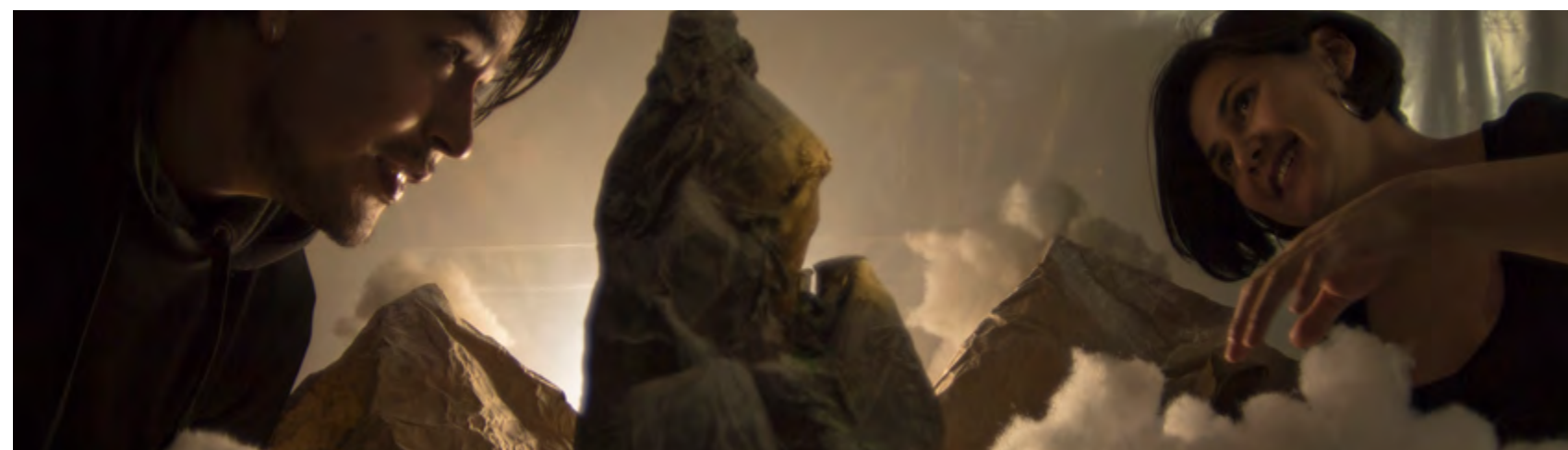
El proyecto buscó generar reactivación económica y emocional para vincular a los ciudadanos de la localidad y a los habitantes nativos por medio de relatos digitales y dinámicas presenciales. Se realizaron tres microdocumentales que lograron vincular a los protagonistas utilizando como catalizador las narrativas digitales para proponer dinámicas que resignificaran este espacio de la ciudad. Se promovió la reactivación con la puesta en marcha de una campaña de visibilización que benefició a los seleccionados mediante redes sociales y una página web diseñada para fortalecer el impacto de la iniciativa.

“Buscamos y retratamos los mejores proyectos de Usaquén. Tres de ellos fueron seleccionados para realizar tres microdocumentales que dejaron en claro la calidad de su labor y su impacto social. En conjunto, se realizó un plan de marketing que logró mostrar el trabajo realizado y reactivar económicamente a los participantes, mientras presentábamos al mundo grandes historias, personajes y lugares ocultos de nuestro entorno”.

38. Material Works (669-164)

El proyecto Vikingas consistió en la producción de una serie web de siete capítulos que buscó vincular a múltiples microempresas y trabajadores del sector audiovisual, uno de los más afectados por la pandemia. Los productos audiovisuales contribuyeron a la discusión naciente sobre cómo la pandemia transformó la forma de vivir. El desarrollo de la serie buscó reactivar las labores de actores, proveedores de catering, locaciones y otros servicios, como posproducción y musicalización.

“Uno de los sectores más afectados por el covid-19 fue el de los artistas. Vikingas, fue una valiosa excusa para convocar el talento local. El alquiler de locaciones, el llamado a actores, posproductores, músicos instrumentistas y compositores animaron el espíritu y reactivaron la economía de la localidad”.



39. Lobos (669-171)

El colectivo desarrolló el proyecto Luthier de Luthiers para terminar la producción del cortometraje animado Luthier, hacedor de instrumentos. Para finalizarlo fueron vinculadas y capacitadas personas interesadas en el stop-motion, que participaron desde la creación de escenografía y la animación hasta la posproducción. Ellas no solo potenciaron el trabajo del colectivo, sino que promovieron el uso comercial y artístico de esta técnica. Adicionalmente, se dictaron talleres formativos presenciales y virtuales sobre principios de animación. Cabe resaltar la experiencia presencial desarrollada en Cerro Norte, donde ya se desarrollaba un taller para la primera infancia con estas temáticas.

“La inversión económica directa en los proyectos fue clave para recuperar nuestro espíritu, reencontrarnos con nuestros colegas y volver a crear. Incentivar la cultura localmente fue un acierto que rompió el imaginario de que solo en ciertas localidades existe el arte y la cultura. Ahora nos reconocemos y creamos lazos en cada localidad, lo cual potencia la producción artística”.

Chapinero
ES CULTURA
LO
CAL

\$1.559'782.608 millones  invertidos desde lo local

 **40 estímulos** entregados a proyectos **artísticos y culturales**

1.538 beneficiarios directos

91.650 beneficiarios indirectos



CHAPINERO

Gracias al Programa Es Cultura Local se invirtieron más de 1.500 millones de pesos para apoyar 31 microempresas y 9 agrupaciones en Chapinero. La iniciativa fue un alivio que permitió a los ganadores retornar a sus labores y reactivar la economía del sector creativo y cultural con apoyo económico, acompañamiento técnico y formación en habilidades empresariales y de emprendimiento.

El Programa significó un respiro en medio de la pandemia para una localidad que cuenta con una variada y extensa oferta cultural que vio cerrar las puertas de sus 61 equipamientos culturales (10,6 % de Bogotá), lo que afectó a un extenso sector de 4.380 microempresas y 181 agrupaciones que vieron reducidos sus principales fuentes de ingresos.

Los 40 ganadores de la convocatoria en Chapinero fueron ejemplo de resiliencia al reanudar sus actividades.

En el desarrollo de estas, beneficiaron a muchos más agentes del sector,

que vincularon directamente a 118 microempresas y agrupaciones, y a más de 1.500 personas que recibieron recursos con los que desarrollaron proyectos inscritos en varias áreas culturales: artes escénicas (20%), música y diseño de plataformas web (cada una con 15%), artes plásticas y galerías (12,5%), y literatura (10%). Alrededor de estas áreas se promovieron actividades, servicios y productos para responder a la necesidad de la ciudadanía de reactivar el sector. Así se logró beneficiar indirectamente a 91.050 personas que participaron o adquirieron los frutos de las iniciativas.

Las propuestas ganadoras de Es Cultura Local se distribuyeron en los diferentes eslabones de la cadena de valor: 26 de creación, 27 de producción, 24 de distribución, 23 de exhibición, 26 de comercialización y 19 de promoción.

En promedio, de ocho de cada diez ganadores nunca habían accedido a un estímulo distrital, lo que demuestra que las oportunidades son para todos.



1. Tres jardines (666-140)

Mediante el proyecto Libros Unidos, al que se sumó el Grupo Editorial Unidos, se publicaron tres libros: En el fin del mundo, publicado por Hambre Libros, Los dioses deben estar locos, publicado por Editorial Salvaje, y Coqueta, publicado por Jardín Publicaciones. Cada libro tuvo cuatro presentaciones y lanzamientos en espacios culturales aliados en la localidad de Chapinero: Prólogo Libros, Galería Nueveochenta, Librería Lerner, Librería Santo y Señá, Librería Wilborada, Desborde Galería, Librería La Valija de Fuego, Librería Errata y Videoclub Nada. La promoción de cada uno de los eventos de lanzamiento y presentación de las publicaciones visibilizó y atrajo la atención de nuevos y potenciales clientes a esos espacios culturales. En cada uno de estos espacios se lograron ventas de otros libros de las editoriales, lo cual, además de activar toda la cadena de producción, promoción y venta del libro y del arte, movilizó la participación, asistencia y compra de los consumidores de la localidad.

Esta beca constituye un aporte al sector cultural porque financia y posibilita la existencia de proyectos que requieren de presupuestos altos. Permite que emprendedores culturales accedan a recursos con los que no cuentan para llevar a cabo proyectos valiosos, para afianzar sus emprendimientos y para apoyar al sector cultural local. También permite crear y solidificar redes con pares culturales, lo cual fomenta la colaboración*.

2. Burning Caravan (666-135)

La agrupación financió la creación, producción y distribución de su nuevo disco Más allá del mundo. Sintetizaron en este trabajo sus nueve años de trayectoria en diferentes géneros musicales con una propuesta para que quienes escuchen los ocho temas realicen un viaje hacia su interior. El desarrollo del proyecto incluyó la composición, grabación, mezcla y masterización del disco, así como su diseño, ilustraciones y fotografías para las quinientas copias físicas producidas.

La beca Es Cultura Local fue uno de los pilares fundamentales para el logro de esta nueva producción discográfica realizada en Chapinero. Con el recurso otorgado por la Alcaldía Local de Chapinero y el Idartes, Burning Caravan logró, por primera vez en su trayectoria, pagar ensayos de creación de su más reciente disco, Más allá del mundo*.



3. Hijos del Ocio (666-131)

En la ejecución de este proyecto, la agrupación adaptó una obra de teatro a serie web de cuatro capítulos distribuidos digitalmente. Tras verla, en el transcurso de una semana, los espectadores jugaron e interactuaron en un chat de WhatsApp para tratar de descubrir al asesino de la historia, y tuvieron derecho a ver presencialmente el capítulo final en el Teatro Charlot, donde se dieron seis funciones. Con este proyecto se consiguió reactivar a veintitrés artistas pertenecientes a la agrupación, a un restaurante donde compraron el catering durante los ensayos, el rodaje y las funciones, al Teatro Charlot y el estudio audiovisual, donde se realizó la grabación durante seis días.

Esta manera de reactivar la economía le da al arte un lugar al que las dinámicas sociales no le permitían acceder. La iniciativa demuestra que, con el arte, se reactiva la vida de una comunidad. En nuestro proyecto, por ejemplo, se involucraron un teatro, veintitrés artistas, un restaurante y un estudio de grabación. Esto da fe de que el arte puede ser la columna vertebral y el motor de una sociedad*.



4. Juan Carlos Covelli (666-127)

Con Nmenos1 se creó el Programa de Residencias Artísticas, que reactivó la creación y distribución de proyectos de artistas plásticos de la localidad y algunos externos que participaron como residentes durante dos meses con el objetivo de producir obras y mercancías seriadas. Los ganadores recibieron una bolsa de trabajo de 800000 pesos, y los productos del desarrollo de las residencias fueron promocionados y comercializados mediante un marketplace fundado para el proyecto y alojado en la página web de Nmenos1.

“Participamos en la reactivación económica del sector cultural al fomentar la participación de artistas locales y al destinar recursos económicos para la realización de sus obras y su posterior venta en el marketplace instalado en la plataforma de Nmenos1. Además del beneficio que reciben los artistas, hubo terceros beneficiarios, como proveedores y locales comerciales de la localidad de Chapinero”.

5. Álvaro Gaviria Forero (666-121)

Con la propuesta Reactivación Mono Estudios se consolidó la reactivación comercial y cultural del estudio de grabación Mono Estudios. Con el fortalecimiento de su operación fue posible involucrar a músicos de sesión, ingenieros de sonido, ingenieros de mezcla, community manager, un diseñador gráfico, un abogado y un artista plástico con la puesta en marcha de diferentes proyectos, como doce creaciones musicales, doce producciones fotográficas, tres piezas publicitarias y tres covers de discos. Asimismo, se reactivaron proyectos culturales de conservación del patrimonio cultural y proyectos desarrollados con población vulnerable que habían perdido fuerza.

“No solo se logró el fortalecimiento de dinámicas laborales y comerciales locales, sino que también reforzó el trabajo en favor del patrimonio cultural colombiano. Gracias a este proyecto se pudo retomar la carrera de un reconocido artista residente en Chapinero y desarrollar dos proyectos musicales, cuyos trabajos se enfocan en la conservación étnico-musical”.



6. Santos Martínez (666-118)

Bajo el paraguas de Lux Music Desig, con el proyecto Contenido para Librerías de Música y Diseño Sonoro, al sector cultural de la localidad se le brindó la posibilidad de reactivarse económicamente mediante la formación de artistas en procesos de creación, producción y comercialización de contenido musical. Las actividades incluyeron acompañamiento individual con el productor musical Ernesto Santos, dos veces ganador del premio Grammy Latino, y espacios de trabajo práctico en un estudio profesional. Se beneficiaron músicos de la localidad al ser contratados para complementar los productos finales, con miras a su comercialización, y que consistieron en una librería propia de contenido musical para cada artista.

“Los artistas seleccionados para el proyecto tendrán en su haber un banco de música y diseño sonoro para su comercialización, producido con los más altos estándares de calidad profesional. También se beneficiarán de un proceso de formación en el desarrollo de este tipo de contenidos, lo que les permitirá acceder a nuevas oportunidades económicas en los diferentes mercados internacionales de comercialización”.



7. Hello Yak (666-117)

En el desarrollo del proyecto Extrarradio se generó un proceso para ocupar territorialmente espacios de la localidad de Chapinero considerados característicos y de importancia. De la mano de artistas de los campos musical y visual se realizó un registro audiovisual de cuatro shows musicales en esos lugares con cuatro bandas de la localidad. Estas piezas, en formato de videoclip, entraron a formar parte de un catálogo publicado digitalmente en un canal de YouTube llamado Yak's Sessions, creado para la iniciativa y que pretende convertirse en un espacio de intercambio cultural entre artistas de la localidad, de otros lugares del país y del mundo.

Esta beca promueve la labor de músicos, productores, cineastas y artistas en el entramado de la creación, interpretación, producción y gestión. Adicionalmente, pone en el mapa digital a los artistas, sus trabajos y permite construir procesos poéticos, conceptualmente fuertes, que hablan de la ciudad y sus rincones como un organismo vivo y que acoge la diversidad".

8. Carolina Tobón Amézquita (666-114)

En el desarrollo del proyecto se gestó el mapa Chapinero, localidad sostenible, que promovió recorridos por la localidad y visibilizó puntos clave, como espacios artísticos y culturales, espacios comerciales, gastronómicos, puntos de interés cultural y arquitectónico, y otros espacios de servicios generales. El mapa tiene la intención de reactivar la economía y los emprendimientos de la localidad, dándolos a conocer a los habitantes del sector mediante la promoción de su oferta. Los puntos identificados en el mapa buscan establecer a Chapinero como una localidad sostenible y diversa donde conviven espacios tradicionales bogotanos, con propuestas innovadoras. Durante la ejecución del proyecto se realizaron alianzas con más de treinta espacios, locales y emprendedores de la localidad que juegan un papel fundamental en la reactivación social y económica de la localidad.

El desarrollo del proyecto fue un proceso arduo de levantamiento de información. Ha sido una labor significativa que nos ha mostrado un Chapinero hermoso y vital, algo que solemos olvidar quienes allí vivimos. Con el mapa esperamos transmitir esta experiencia a toda la localidad y, en el proceso, ser parte del equipo que trabaja por la reactivación cultural y económica de la localidad".



9. Teatro de Garaje (666-109)

Con el proyecto Chapinero sin Puertas, la organización buscó ampliar las miradas sobre la localidad en un viaje que abarca su pasado, presente y futuro, para reactivar el sector económico cultural de Chapinero. Con dicho propósito se realizaron cinco recorridos para recrear las historias de la localidad desde diversas miradas, con temáticas diferentes: música y arte urbano, historia y arquitectura, teatros y librerías, gastropop y el tour de los chapines, con el que se buscó resaltar el comercio informal, las galerías y tiendas de bicicletas. La creación de los recorridos y la posterior publicación de audioguías y un libro virtual con los resultados permitió vincular a artistas al proyecto y establecer alianzas con librerías, teatros y grafiteros de la localidad para enriquecer la oferta cultural.

Quisimos caminar por Chapinero, activar nuestra localidad y, en el proceso, conocer y conectarnos con diferentes agentes culturales y vecinos para generar actividades culturales que, como producto, dejaron cinco audioguías. El proyecto produjo beneficios económicos gracias a la venta de productos y logró el reconocimiento de muchas marcas y lugares que existen en nuestra localidad".



10. Creatividad en Acción (666-108)

En el desarrollo de su proyecto, la microempresa creó, produjo y exhibió un extended play y un corto audiovisual de cuatro obras inéditas del cantante y compositor Camilo Colmenares, bajo su propia dirección musical, con el propósito de hablar de la inclusión y la reivindicación de los derechos LGBT mediante el pop teatral. El proyecto hizo parte de la reactivación del sector cultural y benefició a veintidós personas oferentes de bienes y servicios profesionales de las industrias creativas, como productores musicales, músicos de sesión, periodistas culturales y un estudio de grabación para garantizar la ejecución de la iniciativa.

“La beca Es Cultura Local les dio un empujón a los mejores proyectos culturales de cada localidad, y así ayudó a consolidar esas propuestas y a ponerlas a disposición del público. Cabe resaltar el sólido componente de reactivación económica, que permite contratar o adquirir bienes y servicios ofrecidos por los agentes culturales de cada localidad”.

11. Danceholic Project (666-107)

A través de la danza, Danceholic Project se unió a la reactivación social, económica y cultural. Su iniciativa permitió la creación de espacios de aprendizaje y diversión relacionados con diferentes géneros musicales: salsa, bachata, rumba, danza urbana y jazz. En estos espacios de formación se dio visibilidad al movimiento cultural de la localidad con el encuentro de artistas y gestores culturales, se promovió la danza en diferentes edades y se buscó un cambio en la calidad de vida de las personas. Asimismo, el aporte de este proyecto a la reactivación económica se vio en el beneficio al que accedieron quienes hicieron parte de él para hacerlo posible.

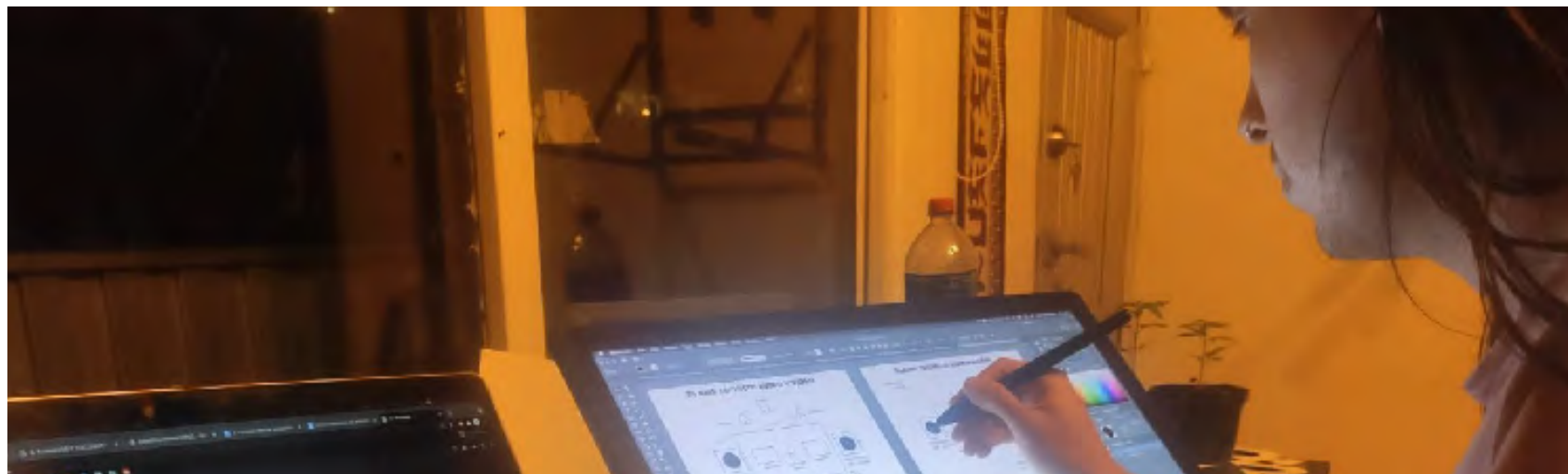
“Esta propuesta buscó incentivar en la población de Chapinero la reactivación de actividades culturales, que mejoraron la salud mental y social con procesos formativos en diferentes géneros de baile. Así se promovió el flujo de personas en la localidad y se pudo apoyar a otras empresas, microempresas, locales y servicios que se prestan cerca de la escuela de baile”.



12. Sonar Studios (666-106)

El proyecto consistió, en primer lugar, en la realización y distribución de material discográfico en soporte físico de vinilo y en plataformas digitales. En segundo lugar, la realización de un festival de música electrónica. La selección de los artistas participantes en el Festival se realizó por medio de una convocatoria pública en la que se eligieron cinco disc-jockeys de la localidad. En el Festival se desarrolló una estrategia transmedia en redes sociales y plataformas digitales que incluyó la realización de videos promocionales, podcasts y piezas gráficas. Sonar Studios contribuyó a la reactivación económica impulsando el trabajo del artista local Jaranatambo. De esta manera se generó empleo para los DJ seleccionados, el equipo de trabajo y dos empresas de la localidad que facilitaron servicios e instalaciones.

“El apoyo de la beca fue de gran valía para la obtención de los objetivos de la empresa y, ante todo, para el beneficio de un número considerable de agentes de la cadena de valor de la música en la localidad de Chapinero. Programas como este deberían mantenerse y ampliar su cobertura”.



13. Traque (666-103)

El objetivo fue vincular dos de los sectores más afectados por la pandemia: los artistas y los bares. Para esto se organizó drink and draw, un torneo de ilustración que fue publicado en YouTube y se realizó en varios bares de Chapinero en los que un grupo de artistas tomó a su cargo los retos de la ilustración. Mientras los artistas dibujaban, iban tomando tragos del bar para mostrar cómo afectaban el proceso de creación. El torneo ayudó a que las ventas de los bares mejoraran, a que más personas se enteraran de la reapertura de estos espacios y se animaran a frecuentarlos nuevamente. Asimismo, con los videos del torneo, publicados en YouTube, más de 100.000 personas pudieron conocer los establecimientos, servicios, productos y trabajo de los artistas.



Para los bares ha sido un apoyo muy fuerte en visibilidad y promoción. Los capítulos se desarrollaron en diferentes bares, y todos contaron con una fuerte estrategia de difusión que le dio mucho protagonismo al establecimiento, su ubicación y sus productos. Llegaron nuevos clientes que fueron captados por los videos promocionales.

14. Andrés Moreno Hoffman (666-100)

La propuesta de Casa Hoffman consistió en la producción, exhibición, circulación y promoción de dos investigaciones de arte contemporáneo enfocadas en el cruce entre arte, ciencia y tecnología. La primera consistió en la comisión de Luciferinas a la investigadora y curadora independiente Paola Peña. Este proyecto reunió la obra de catorce artistas contemporáneos que abordan el concepto de la luz desde los usos, las simbologías y los significados. El segundo fue el proyecto Cíber era, que el Museo de Arte Contemporáneo (MAC) acogió para exhibirlo en su sede, donde se mostraron las propuestas de veintidós artistas. Fue fundamental que los proyectos curatoriales, al igual que los procesos de investigación que desarrollaron los artistas, fueran apoyados, incentivados y promocionados con los máximos estándares de calidad. Dicho apoyo se tradujo en aspectos conceptuales, económicos y logísticos que facilitaron la tarea de los curadores y participantes de cada exhibición.



Es Cultura Local fue una gran iniciativa del sector público para que la institucionalidad sintonizara de manera efectiva con las necesidades del sector cultural valiéndose de un enfoque local. Este apoyo nos permitió ampliar vínculos comerciales con agentes de la localidad de Chapinero. Igualmente, favoreció el objetivo de apoyar y promocionar, con los máximos estándares de calidad, los proyectos y a los artistas vinculados con nuestra programación.



15. Fundación Grupo Liebre Lunar (666-099)

Se ofrecieron 256 cupos para becas en expresiones culturales. El proyecto activó y puso en relación los eslabones de creación, producción, comercialización y promoción de los servicios educativos en arte y cultura que ofrece la Fundación. Durante los encuentros se hizo una apropiación social de prácticas artísticas y culturales, como la alimentación sana, la producción de fermentos, el bordado, la ilustración botánica y la escritura para la infancia. A estos talleres asistieron, en su mayoría, mujeres y jóvenes. Se partió de la información y la investigación sobre el mercado de las prácticas, el conocimiento y el disfrute del arte y la cultura en la ciudad, las características de los contenidos, las metodologías, el talento humano, el manejo de imagen y los precios.



Gracias a Bogotá Es Cultura Local pudimos sobrellevar la ola más dura de la pandemia. Pudimos mantener el equipo y nuestro sueño de ofrecer trabajo a los artistas jóvenes y poner en contacto al ciudadano corriente con sus propuestas creativas. Tuvimos que trabajar en condiciones adversas y logramos articularnos muy bien con la virtualidad y sacar provecho de esta nueva realidad.



16. Mia, Fundación del Movimiento Integral Artístico (666-094)

La iniciativa del III Festival Todos Ríen apoyó la circulación de escenarios locales y a los artistas locales pertenecientes a grupos poblacionales diversos, como población en condición de discapacidad o artistas cuyas obras y temáticas invitaban a reflexionar sobre la inclusión social. El proyecto contempló la asesoría en producción y virtualidad para cinco grupos locales que pusieran en escena una obra cómica de cualquier género teatral. Las obras fueron ajustadas e incluidas en la programación del Festival para ser exhibidas de manera presencial y virtual. Así se fortalecieron los procesos creativos, de producción y de comercialización.

“La beca contribuyó a reactivar dos escenarios escénicos de la localidad y a fortalecer la producción artística de cinco agrupaciones del sector. Logramos vincular nuevos públicos y mejorar los montajes para hacerlos más competitivos, lo que influyó en que cuatro meses después estos grupos pudieran circular en otros escenarios de la ciudad”.

17. Artistas por el Ambiente (666-093)

Reactiv-Arte fue un proyecto que buscó apoyar y fortalecer a artistas y emprendimientos de la localidad de Chapinero por medio de un proceso de formación en herramientas tecnológicas como marketing digital, manejo de redes sociales, fotografía de productos y creación de portafolios. Se realizaron procesos de formación y fortalecimiento de capacidades, un plan semilla con recursos económicos y se desarrolló una feria artística, cultural y ambiental. Esta propuesta contribuyó a la reactivación económica beneficiando a cada uno de los eslabones de la cadena de valor, pues se contrató a artistas y emprendimientos. Asimismo, abrió oportunidades para el encuentro de la ciudadanía con la cultura de una manera segura.

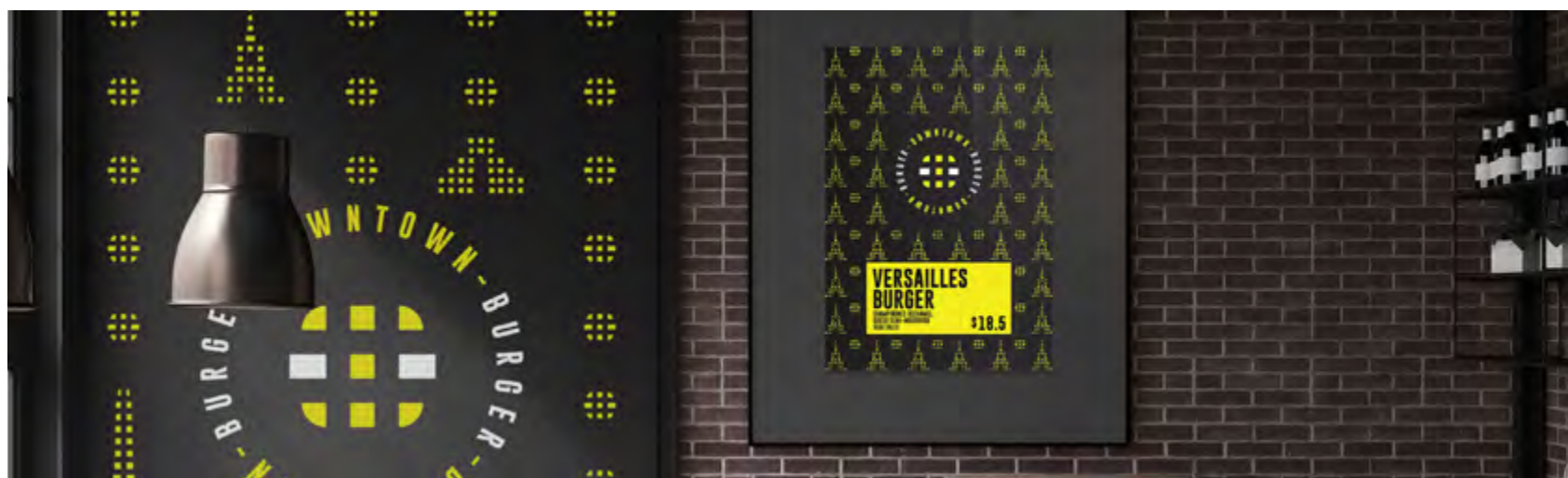
“Gracias a Es Cultura Local no solo las organizaciones pudieron volver a sus actividades, sino que también muchos artistas pudieron percibir un apoyo económico. Sin duda alguna, esta beca fue pionera no solo en la reactivación económica, sino en la reactivación social y cultural de la localidad”.



18. Inzane Crew (666-090)

Con este proyecto se mostró al arte urbano, y a quienes lo realizan, como sujetos productivos y embellecedores del espacio público común. Fue una oportunidad de reconciliación, de empleo y negocio. Se mejoró el aspecto estético de algunos sectores de la localidad de Chapinero con obras de street art y muralismo, lo que disminuyó la percepción de inseguridad y caos generalizado por vandalismo, abandono o deterioro de las fachadas y, por lo tanto, se transformó la localidad en un lugar atractivo para el comercio. Las obras realizadas son parte del Paseo del Color Chapinero Tour, que da visibilidad a los artistas y así genera oportunidades de negocio, al tiempo que visibiliza productos y servicios de los artistas y los locales que prestaron sus fachadas para esta iniciativa.

“La recuperación de las fachadas que se encontraban afectadas por el vandalismo dio un mejor aspecto a los locales y permitió que más personas transiten, conozcan los murales y los productos que se ofrecen”.



19. Designcrowd (666-085)

El proyecto Enmárcate buscó fortalecer y generar nuevos acercamientos entre el sector comercial de la localidad y un equipo profesional de diseño. El objetivo fue fortalecer la percepción de la marca de negocios y empresas de manera interna y externa para generar una reactivación paulatina en diferentes sectores. Para ello se trabajó en la experiencia de marca desde aspectos como la imagen corporativa, la narrativa, el storytelling y la estética visual. Todo esto robusteció la propuesta de valor y contribuyó a mejorar las actividades comerciales y económicas. Con la ayuda de diez diseñadores del sector se fortaleció la marca de igual número de negocios de la localidad. Este fortalecimiento estuvo acompañado del diseño de un kit de branding (avisos, post para redes y piezas gráficas, entre otros elementos) que permitió identificar la esencia de cada negocio para comunicarla correctamente a los clientes y lograr marcas reconocidas y memorables.

“Es Cultura Local nos permitió utilizar el diseño como vehículo para dar a conocer nuestro trabajo y el trabajo de los diseñadores freelance mientras ayudábamos a diferentes negocios de la localidad a generar marcas más atractivas con una mejor estrategia comunicativa para que se mostraran de manera adecuada a sus segmentos de mercado”.

20. Juliana María van Hemelrick Rodríguez (666-081)

El proyecto Microcosmos buscó fomentar la cultura de la fermentación y de la alimentación saludable en Chapinero, promoviendo hábitos de consumo sostenibles y una cultura ciudadana de autocuidado. Fue un llamado a transformar la relación con los alimentos y con el territorio mediante un consumo consciente. Se creó una red de fermentación local que reunió a distintos actores interesados en visibilizar la fermentación artesanal. Durante el proceso se creó una página web con varios contenidos, como recetas, información acerca de la fermentación, tutoriales, cursos, herramientas artesanales, cultivos iniciadores, alimentos fermentados y un mapa de la fermentación local. El proyecto fue realizado en alianza con restaurantes, artesanos, comerciantes, diseñadores, productores de video, consultores y habitantes de la localidad.

“Microcosmos visibilizó la alimentación fermentada artesanal, los oficios y la cultura gastronómica en Chapinero. Se diseñó una serie de herramientas artesanales de fermentación con artesanos locales: costureras, ceramistas, carpinteros, diseñadores. También tuvo un componente de educación online apoyado por el trabajo de personas del gremio de la producción de video, diseño y programación”.



21. Club de Teatro Experimental Café La Mama (666-080)

La propuesta Club de Teatro Experimental Café La Mama consistió en realizar una puesta en escena interdisciplinaria (danza, teatro y música) que reveló las transformaciones culturales ocasionadas por la pandemia. Participaron estudiantes de artes escénicas y artistas de la localidad. La entrada fue libre para los participantes de los tres talleres, para los cuales se contrataron tres artistas formadores. Por un lado, a partir del resultado de los talleres y de la investigación se realizó un estreno y dos funciones de la obra La tradición del chapín. Por otro lado, fueron invitados cuatro grupos de teatro para realizar una función por cada grupo. Asimismo, la panadería Pan y Canela participó en la entrega de refrigerios y almuerzos a los artistas. De esta manera se generó un impacto significativo para la reactivación de la industria creativa y cultural de la localidad.

“Los participantes obtuvieron herramientas y ampliaron sus capacidades y conocimientos en las artes. Además de beneficiarse de los talleres, hicieron parte de la puesta en escena, con lo que adquirieron experiencia con el grupo Teatro La Mama. Gracias a la beca se beneficiaron cuatro grupos de teatro y los espectadores de los resultados de la iniciativa”.



22. Javier Orlando Londoño Padilla (666-066)

El proyecto Con los Chapines Puestos fue una cadena activa de creación cultural escénica que consistió en la convocatoria de dramaturgos de la zona, quienes crearon seis textos de microteatro. Estos fueron entregados a seis grupos de teatro, que procedieron a montarlos para su exhibición online. Teniendo en cuenta las condiciones de reactivación económica, los montajes fueron acompañados de un sistema de asesorías mediante masterclass, con diferentes apoyos a la dramaturgia, la actuación y la puesta en escena. Los grupos ganadores conformaron una red de trabajo e hicieron parte de una temporada presencial con sus trabajos.

“Esta iniciativa hizo un gran aporte porque se pensó en dramaturgos y grupos de teatro, que resultaron beneficiados con las actividades. Se puso en práctica la creatividad y la versatilidad de los participantes. El proyecto fue una manera de darle esperanza a un sector golpeado por la recesión económica”.

23. Artistry in Motion Group (666-065)

Se propuso reactivar la actividad económica y cultural de las salas de teatro de la localidad para superar la resistencia a asistir presencialmente, como consecuencia de la pandemia. El plan consistió en la exhibición de pintura, fotografía y teatro para impulsar el regreso del público a los escenarios artísticos con protocolos de bioseguridad, para garantizar la tranquilidad de los asistentes. La iniciativa estimuló a los artistas y dio la posibilidad de promocionar y comercializar servicios relacionados con el arte.

“Dimos a conocer a los ganadores de la convocatoria de pintura y fotografía. Sentimos la emoción de los artistas al poder, no solo exhibir sus obras, sino también recibir un estímulo económico, que fue gratificante y nos sirvió de puente con ellos”.



24. TuToque (666-064)

El proyecto fue un trabajo en la automatización de TuToque como plataforma digital que facilita el proceso de búsqueda y contratación de músicos y artistas para eventos. Fue posible reducir costos y tiempos para conectar a músicos y clientes de manera directa. Se potenció y sofisticó la plataforma para mejorar su eficiencia, perfeccionar su oferta de valor como marketplace y permitió su escalabilidad con el crecimiento en ventas. Se logró la creación de nuevas funcionalidades que mejoraron el servicio a usuarios y permitieron una analítica de datos para la toma de decisiones.

“Quedamos muy agradecidos, pues fue un apoyo fundamental en el proceso de desarrollo de nuevos negocios enfocados en la música. Logramos crear una herramienta con gran potencial de crecimiento y escalabilidad gracias a los recursos otorgados”.



25. Panorámica Sound Works (666-063)

Panorámica Sessions fue un programa musical compuesto por cuatro episodios de sesiones musicales y entrevistas con artistas y agrupaciones locales. La primera parte del programa tiene un concierto en vivo, y la segunda, una entrevista conducida por el youtuber El Enemigo. Las composiciones hacen alusión a la discursividad de cada agrupación, lo que generó un diálogo sobre el confinamiento y la pandemia como protagonistas.

👄 Es Cultura Local fue el apoyo y la columna vertebral de la producción de la primera temporada de Panorámica Sessions, un proyecto que nos permitió convocar a diferentes artistas de la localidad en un diálogo creativo que dio como resultado cuatro episodios de este programa musical".

26. Magnífica (666-060)

We Love Chapi se desarrolló como parte del proyecto TIES. Fue una aplicación web con la que se promocionaron experiencias de turismo cultural en la localidad, construidas en conjunto con artistas y emprendedores culturales para promocionar sus productos dirigidos a los turistas locales, nacionales e internacionales que quisieran vivir experiencias o inmersiones culturales con actores de la cadena de valor del turismo de la localidad. El objetivo fue construir rutas de turismo cultural y un mapa virtual e interactivo de experiencias para los turistas en Chapinero. Los resultados se distribuyeron para contribuir a generar nuevos ingresos a los actores culturales mediante el turismo.

👄 Con este proyecto fue posible contratar a siete personas, en la primera fase, lo que garantizó ingresos a profesionales del sector cultural y de las industrias creativas de la localidad. Esto significó una compensación ante la ausencia de ingresos y de trabajo durante la pandemia".



27. Artestudio (666-059)

Ciudadanía Creativas fue un proceso de creación, formación y apropiación en el que participaron la ciudadanía LGBTI a través de la danza y las artes plásticas. El proyecto permitió la integración de un equipo de trabajo de doce personas y dieciséis ciudadanos, lo que permitió generar ingresos para cada uno de los agentes de nuestra cadena de valor. Por ejemplo, se apoyaron agentes mediante la compra de insumos para vestuario y escenografía. La fase de producción le permitió generar ingresos propios al espacio de Artestudio y dio paso a la alianza con un grupo de comercios locales que permitió una mayor afluencia de público durante la socialización de una obra creada como parte de la iniciativa.

👄 Es Cultura Local nos permitió, como agentes culturales, ser conscientes de la cantidad de agentes y procesos que participan en nuestras creaciones. Esto potenció la cantidad de ingresos propios e incrementó el alcance global de nuestra propuesta hacia la ciudadanía y hacia nuestros territorios de influencia".



28. Vanessa Valero Cortés (666-058)

El proyecto planteó la reactivación social mediante la promoción y difusión de la cultura. Se propuso una línea de negocios para cubrir una amplia gama de elementos que, con sustento en la investigación planteada, consolidó a Chapinero como una localidad con emprendimientos culturales y creativos pensados para atraer la atención de la ciudadanía y mayor inversión en el sector de la economía creativa. Desde el espacio físico del taller de Estudio Vanessa Valero, como lugar de exhibición, creación y producción, se fomentó la relevancia de Chapinero como centro de actividades creativas y artísticas en el imaginario colectivo. La propuesta se insertó en un proceso de economía naranja capaz de fomentar la reactivación en diferentes áreas.



Esta iniciativa hizo un gran aporte porque se pensó en dramaturgos y grupos de teatro, que resultaron beneficiados con las actividades. Se puso en práctica la creatividad y la versatilidad de los participantes. El proyecto fue una manera de darle esperanza a un sector golpeado por la recesión económica".

29. Librerías Wilborada 1047 (666-057)

La librería realizó el libro Diario de viaje a Quinta Camacho, ilustrado con acuarelas del autor e ilustrador Alejandro Henríquez. Las acuarelas originales del libro también se exhibieron para generar un espacio de reconocimiento físico del proceso realizado. El libro, con la descripción de diferentes recorridos, narra la historia y las transformaciones del barrio Quinta Camacho, muestra su arquitectura, oferta cultural, gastronómica y de servicios, y hace énfasis en la calidad de vida. La beca benefició directamente a siete personas jurídicas y siete naturales, e indirectamente, a la comunidad, que fue invitada a visitar y disfrutar el barrio.



La beca fue concebida para cubrir toda la cadena productiva, con la perspectiva de que el número de beneficiarios fuera mayor. En nuestro caso, tanto el libro como las acuarelas quedaron como activos cuyo efectos económicos, directos e indirectos, se verán incluso después del tiempo de ejecución del proyecto, cada vez que alguien lea el libro y se antoje de recorrer el barrio".



30. Ismael Ayende (666-053)

La propuesta Ismael Ayende consistió en grabar un extended play (EP) de cuatro canciones. Esto contribuyó a reactivar el sector cultural con la adquisición de productos y servicios de producción musical, contratación de estudios de grabación, mezcla, masterización, alquiler de equipos y músicos, entre otros. Por otra parte, se contrataron diseñadores y artistas visuales para realizar el arte del producto musical y el desarrollo de las piezas gráficas necesarias para su difusión y para crear un mayor impacto. El resultado final fue la producción de un formato físico (cassette), en el cual se plasmó la música y el arte de esta iniciativa.



La producción musical es un proceso complejo que involucra muchos factores: se necesitan espacios, reuniones, ensayos, mucha sincronía. Todo esto se vio afectado por la pandemia; sin embargo, gracias a Es Cultura Local logramos reactivar nuestras actividades, contratando a nuestros proveedores más cercanos, y devolvimos la esperanza a un sector tan golpeado como el musical".



31. Carlos Hugo Garzón Yepes (666-048)

Con la ejecución de un proyecto de patrimonio se promovió la creación, el diseño y fabricación de piezas de mobiliario y objetos de arte utilitario para el hogar, como parte de la colección Ochoinfinito 2020-2021. Los productos fueron inspirados en la fauna y flora de los cerros orientales de Bogotá. El aporte a la reactivación económica del sector creativo y cultural fue significativo, pues se beneficiaron varios proveedores que continuarán prestando sus servicios para seguir con la reactivación económica de la marca aún después de la ejecución de la iniciativa

Contribuimos a la valoración del patrimonio natural resaltando y rescatando, por medio de diferentes piezas y objetos de arte y diseño, la riqueza natural propia de los cerros orientales de Bogotá. Con esta iniciativa de reactivación económica se beneficiaron más de 32 personas jurídicas y naturales, que continuarán suministrando sus servicios a la marca.

32. Para Eddi Records (666-045)

La propuesta fue un proyecto audiovisual que dio como resultado la producción de cuatro canciones y de cuatro videoclips musicales. Como estrategia digital de visibilización se fomentó la creación de piezas gráficas para cada proyecto audiovisual, el diseño de campañas de marketing online y la creación de contenido digital con el fin de educar y mostrar el proceso que se realizó. El proyecto, que hizo parte de la reactivación económica de la localidad, generó empleo para microempresas, productores, realizadores audiovisuales, diseñadores gráficos, fotógrafos, expertos en el área de la grabación, mezcla y masterización, que obtuvieron un ingreso proporcional al servicio que prestaron en las etapas de creación, producción y comercialización.

La beca fue significativa para la localidad, ya que permitió contribuir a la reactivación del área cultural y económica con una serie de procesos creativos dirigidos a apoyar ideas y proyectos con un enfoque educativo. Fueron partícipes jóvenes profesionales de diferentes disciplinas artísticas que obtuvieron retribución económica por su labor en el proyecto.



33. Asociación Colectivo Barrios del Mundo (666-044)

El festival Kaminante Errante fue un espacio de encuentro ciudadano alrededor de las artes y la cultura. Durante dos días de programación se construyó tejido comunitario a partir de una cosmovisión de respeto por las diversas expresiones mediante actividades como talleres, teatro, danza, música y un bazar de emprendimientos culturales en el que se comercializaron diversos productos. El festival contribuyó a la reactivación económica de la industria creativa con tres estrategias: la primera consistió en reconocer económicamente las presentaciones, talleres y servicios de artistas y organizaciones vinculados al evento; la segunda consistió en garantizar la logística necesaria para que emprendimientos locales comercializaran y distribuyeran sus productos; y la tercera consistió en facilitar un espacio público para que artistas de distintas disciplinas pudieran exponer sus creaciones y producciones ante nuevos públicos.

Para el emprendimiento Pan y Ruedas fueron muy valiosos los dos días de actividades. Todo se vendió y se generó contacto con varias personas interesadas en los productos. Funcionó muy bien la propuesta de incluir los emprendimientos.





34. Asociación Cultural Teatridanza (666-043)

La agrupación creó la iniciativa Banquete Cultural Cuchipanda, una feria en la que dieciocho artistas, diez artesanos y diez productores gastronómicos recibieron un aporte económico, además de la oportunidad de comercializar sus bienes y servicios artísticos. El eje fue un encuentro comunitario de saberes y sabores en el que se disfrazaron, maquillaron y compartieron sus creaciones con la comunidad. El encuentro, centrado en el arte y el trabajo comunitario, generó alianzas y redes de trabajo, al tiempo que fortaleció los procesos territoriales. A la feria, que se realizó el 5 de junio, asistió de forma masiva el público, que participó activamente en todas las actividades y compró los productos ofertados. Las ventas rondaron los tres millones de pesos.

🔥 Pasaron cosas increíbles en el Festival Cuchipanda: se acercaron muchas personas a preguntar y consumieron todos los productos de la feria; además, tuvimos dos obras de teatro increíbles.

35. Elipsis Films (666-041)

La propuesta de la productora audiovisual consistió en realizar un cortometraje de ficción. El proyecto contribuyó a la reactivación del sector creativo y cultural mediante la contratación de servicios de producción, grabación y posproducción en la misma localidad.

🔥 Gracias a esta beca pudimos realizar un cortometraje que muestra a Bogotá como un personaje y busca retratarla como tal. Gracias a los recursos económicos pudimos remunerar el trabajo de todos los involucrados.



36. Random Monkey (666-030)

El proyecto Datasketch: Diseño con Sentido, propuso conectar y fomentar el arte y la cultura para tender puentes entre el comercio de productos y las nuevas tecnologías de la información, como la ciencia de datos, por medio de actividades que facilitaron la comunicación de diversos actores sociales. Se cultivó un sistema social y cultural por medio de la colaboración, las alianzas y la participación de sectores comerciales y artísticos que operan en Chapinero y que incluyeron organizaciones sociales, periodistas y artistas independientes. Los participantes tuvieron la oportunidad de que los resultados de sus investigaciones, proyectos y pesquisas fueran reproducidos y expuestos en exhibiciones físicas por medio de productos de diseño con sentido social. Los procesos fueron divulgados por medio de charlas, conversatorios, foros y socializaciones presenciales y virtuales.

🔥 Este proyecto se basó en una visión multidisciplinar, diversa, creativa y consciente de que la información es un instrumento efectivo para la reactivación comercial, social y cultural de Chapinero.





37. Leonardo Carreño Monsalve (666-026)

El proyecto planteó la producción de la exposición "Holistic Garden by Dr. Xikaria", del artista plástico Leo Carreño, que contó con la curaduría de Caridad Botella y con la gestión y producción de Angélica Roa. Esta muestra estuvo exhibida en tres espacios de la localidad de Chapinero durante tres meses y contó con la producción de una serie fotográfica impresa en fine art, una serie de esculturas a partir de la intervención de objetos en desuso y plantas, y un conjunto de esculturas elaboradas con textil cosido a mano e intervenidas con vegetación. Este proyecto se propuso la reactivación de tres espacios de arte en Chapinero y generó un intercambio comercial entre el artista y los surtidores de servicios y materias primas para la elaboración de los productos artísticos; además, propició el contacto entre los espectadores y las galerías de arte, lo que reavivó estos espacios como lugares de promoción de la cultura artística.



Es Cultura Local fue un apoyo indispensable para la producción artística de la localidad. Eso me permitió concretar la creación de una gran producción artística y llevarla a la exhibición y comercialización de forma eficaz, lo que implicó articular a una serie de proveedores artísticos de la localidad".

38. El Salmón Editores (666-021)

La propuesta consistió en la publicación de un libro para niños y jóvenes sobre la historia de dos niños y sus familias durante el Bogotazo. Con la publicación de esta obra se buscó reactivar la industria creativa mediante la inversión en cada eslabón de la cadena de producción del libro, partiendo por los creadores (escritora e ilustrador), y continuando con los productores (editores y diseñadores), los impresores, distribuidores y los canales de comercialización. Luego de publicar el libro, se organizaron cinco eventos en distintos espacios virtuales, sobre todo de librerías, para impulsar su actividad cultural y reactivación económica.



La travesía del personaje principal de la obra de alguna forma refleja el viaje que vivió nuestro equipo en estos meses. Todo el proceso fue un ejercicio de identificación y valentía que nos permitió reconocer, mediante el trabajo conjunto, lo que significa vivir en esta ciudad y ser parte de su movida cultural".



39. Arkedata (666-010)

El proyecto Artkollection permitió el fortalecimiento de una plataforma identificada con el mismo nombre, dedicada a la gestión de colecciones de arte, de galerías y de espacios independientes, que apoya las tareas administrativas y de catalogación de arte. La iniciativa tuvo un gran impulso gracias a la beca Es Cultura Local, que permitió que los artistas, galeristas y espacios independientes de Chapinero pudieran utilizar de forma gratuita la plataforma. Contamos con la participación de Cooperartes y la Galería Melaká, que se unieron al proyecto para que sus asociados —más de treinta artistas— se beneficiarán de la plataforma para registrar de manera profesional sus obras.



De la mano con la producción artística, la gestión es fundamental para lograr que el arte sea una actividad adecuadamente remunerada. Documentar, gestionar y mantener el cuerpo de obra catalogado y registrado de forma profesional ayuda a los artistas a lograr ese propósito, pues facilita los procesos comerciales y la visibilización de su obra en medios digitales".

40. Rey Naranja Ediciones (666-072)

La editorial desarrolló el proyecto Bogotá Local como una guía que reseña cien de los mejores espacios de la ciudad, agrupados en diez secciones: hoteles, museos, librerías/bibliotecas, experiencias, restaurantes, cafés, bares, discotiendas, comercios y parques. Su objetivo fue mostrar cómo estos lugares se enfrentaron y sobrellevaron la pandemia del covid-19. Fue una invitación para que habitantes y visitantes exploraran los distintos espacios que hay a lo largo de sus calles.



Bogotá Local fue un compendio de varios espacios destacados de la ciudad. Hay tanto sitios emblemáticos como espacios nuevos que se han ganado un lugar en el corazón de los habitantes. A lo largo de las páginas de la guía se destacó la labor de cada uno de sus gestores, su historia, sus logros y sus particularidades. Esperamos que quien la lea se anime a visitar varios de estos lugares”.



\$2.100'640.000
millones invertidos desde lo local

44 estímulos
 entregados a proyectos artísticos y culturales

Fontibón
ES CULTURA

LO
CAL

1.323
 beneficiarios directos

75.077
 beneficiarios indirectos



FONTIBÓN

Más de 2.100 millones de pesos fueron invertidos por el Programa Es Cultura Local para promover la reactivación del sector cultural y creativo de Fontibón. Cuarenta y cuatro iniciativas recibieron estímulos económicos, acompañamiento técnico y formación en habilidades empresariales y de emprendimiento.

El programa llegó en un momento de necesidad para las más de 1.200 microempresas y 112 agrupaciones del sector cultural y creativo de la localidad que sufrieron las consecuencias de las medidas de restricción por la pandemia. La situación afectó significativamente el desarrollo de sus actividades presenciales y el normal funcionamiento de los procesos llevados a cabo en los 26 equipamientos culturales (4.5% de Bogotá) que pertenecen a Fontibón.

Gracias a la ejecución del programa Es Cultura Local, 30 microempresas y 14 agrupaciones recibieron ayuda y lograron reactivarse con proyectos que beneficiaron directamente a 116 microempresas o agrupaciones, y a más de 1.500 personas, que recibieron parte de

los recursos económicos de las becas por ser agentes de uno de los eslabones de la cadena de valor cultural, fuera en los roles de producción, distribución, exhibición, comercialización o promoción. Más de la mitad de los ganadores recibieron un estímulo distrital por primera vez.

Asimismo, más de 1.500 personas se vieron beneficiadas directamente, y cerca de 300.000 indirectamente, al adquirir o participar en alguna de las actividades, en la adquisición de bienes o servicios que surgieron de las actividades propuestas por los ganadores, que giraron alrededor de áreas artísticas, en las que se incluyeron dos propuestas de artesanías y diseño, tres de danza, tres de literatura, trece de música, tres de artes escénicas, dos de audiovisuales, cuatro de artes plásticas, nueve de formación y cinco de publicidad.

Las propuestas ganadoras de Es Cultura Local se distribuyeron en los diferentes eslabones de la cadena de valor: 38 de creación, 31 de producción, 26 de distribución, 31 de exhibición, 21 de comercialización y 21 de promoción.



1. Colectivo Dunamis (673-132)

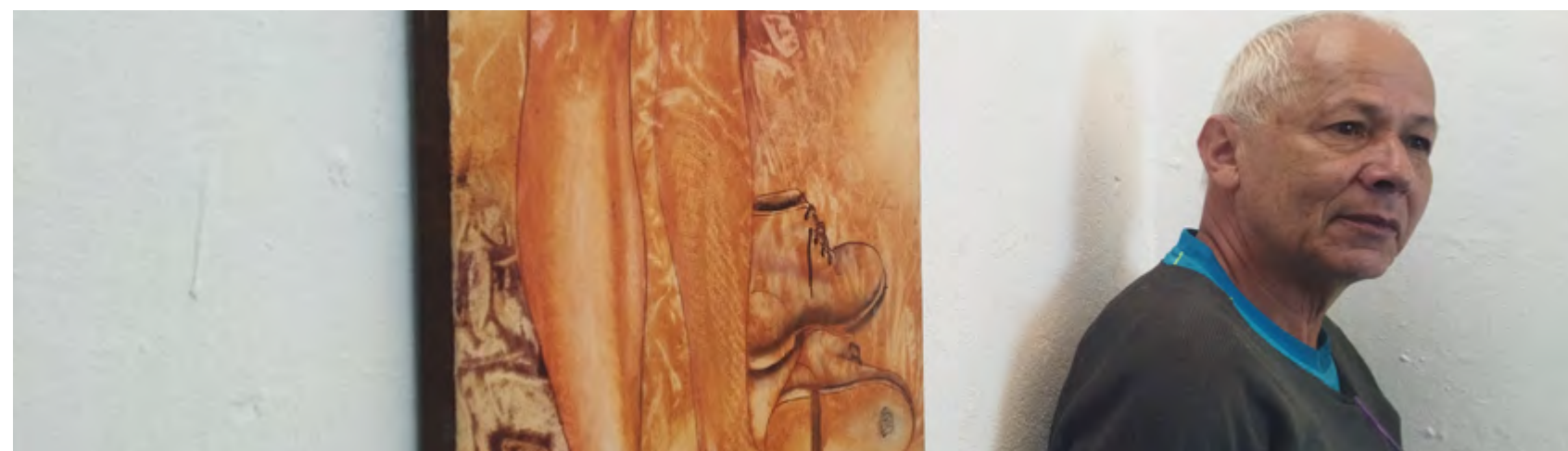
El colectivo fundó el Festival de Teatro Pandémico para fortalecer la producción de montajes escénográficos y crear espacios de conversación y debate, con el objetivo de enfrentar los retos presentes y futuros derivados de la pandemia de covid-19. Se prestó especial atención a las nuevas formas de producir arte en el ámbito local, se fomentaron alianzas estratégicas entre organizaciones culturales ya establecidas y se promovió el comercio gastronómico de la localidad.

Este proyecto contribuyó a la visibilización, promoción y exhibición de productos y servicios artísticos y gastronómicos de Fontibón con el propósito de apoyar la reactivación del sector creativo y cultural en medio de la pandemia.

2. Colectivo Operación Huitaca (673-131)

Con el proyecto Hyntiba Creativo se buscó generar obras artísticas individuales y consolidar una galería itinerante para exponer esas obras en sectores públicos y privados de la localidad. En el desarrollo de este proyecto, la obra de cada artista contó con un registro audiovisual y fotográfico, además de una entrevista que podrá usarse como promoción de su propio trabajo artístico. Este material se difundió en redes, en los espacios de exposición de la galería y en una revista impresa.

Esta beca buscó, mediante la adquisición de productos y servicios, fortalecer la cadena de valor cultural. Los artistas produjeron obras y productos, impartieron talleres formativos y organizaron una exposición, todos ellos medios con los que se buscó la reactivación económica. Además, fueron apoyados económicamente y se promocionó su trabajo.



3. Colectivo Casa Turquesa (673-125)

El colectivo se propuso como estrategia la creación de la plataforma virtual de comercio Bazar de Artes Gráficas para fortalecer las artes plásticas locales valiéndose de la tecnología digital. Así, buscó actualizar a los artistas en herramientas que les permitieran competir en la nueva normalidad. Se cumplió el objetivo con el desarrollo de dos ciclos formativos de profesionalización, un proceso de creación de portafolios y la organización de una exposición virtual que finalizó con un evento en el que se dieron a conocer todos los productos.

Es reconfortante ver a los adultos mayores de la localidad aprender a usar herramientas virtuales y tecnológicas para mejorar sus prácticas profesionales. Dimos a conocer a los artistas y gestores culturales de la localidad poniendo a su disposición una ventana al mundo para mostrar su trabajo.



4. Neuma (673-124)

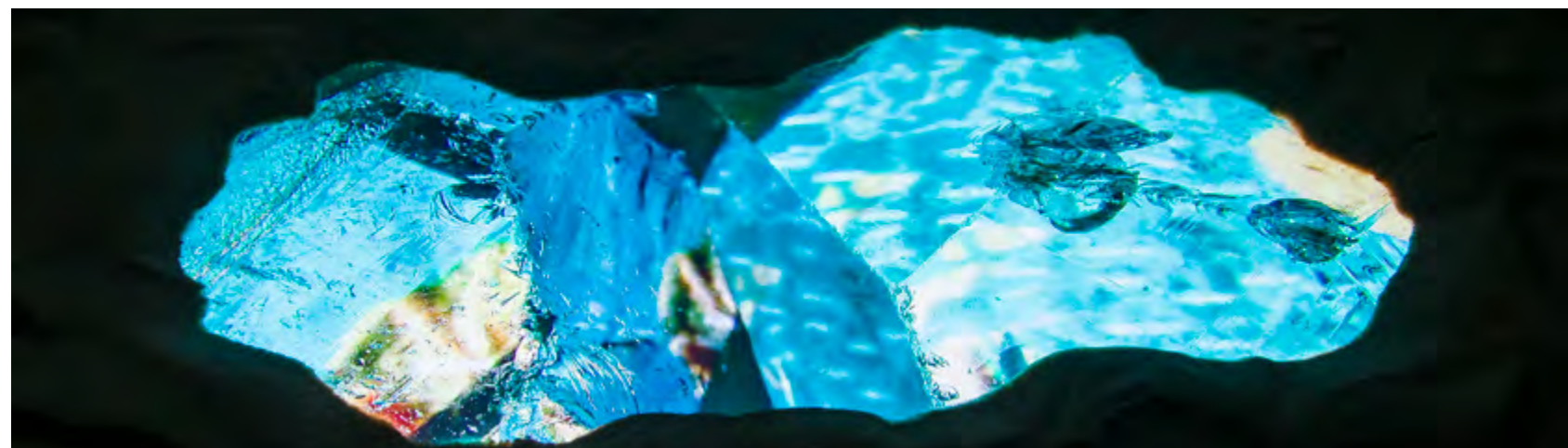
El Poder en Red fue una apuesta por continuar la línea de los procesos artísticos y pedagógicos de la organización, que se consolidó como una invitación a repensar las prácticas pedagógicas cotidianas como un acto revolucionario. A consecuencia de la pandemia, la virtualidad supuso un reto enorme, por la brecha de acceso digital que hay en la sociedad. Ante estos desafíos, se propuso una iniciativa pedagógica consistente en brindar formación en artes escénicas, artes plásticas, música y percusión; así fue posible llegar a los hogares con 32 videos de sesiones formativas y siete cartillas digitales que dieron cuenta de los aprendizajes, las reflexiones y observaciones surgidas durante el proceso formativo.

“Programas como Es Cultura Local son importantes para la localidad, ya que nos permiten desarrollar proyectos en beneficio de la comunidad. Gracias a ellos las personas tienen acceso a las artes como un aspecto esencial de la vida en sociedad”.

5. Camilo Andrés Parra Pedroza (673-120)

En la ejecución del proyecto se desarrolló una exhibición virtual y presencial de videoinstalaciones que exploraron la relación entre las visualizaciones del futuro, las representaciones del paisaje y la mediación de las pantallas. Alrededor de las presentaciones hubo un conjunto de charlas con invitados cuyos proyectos se relacionaban con alguno de los componentes. Asimismo, se impartieron talleres de animación para estudiantes de colegios de la localidad. La reactivación económica se basó en la creación, producción, exhibición y promoción de este tipo de trabajo artístico, cuya realización demandó una gran cantidad de insumos y servicios. Se configuró una cadena de valor alrededor de un proyecto que, por su escala, en condiciones normales se habría desarrollado en otras localidades de la ciudad.

“Este tipo de proyectos fortalece los lazos culturales y dinamiza la economía de la localidad, ya que involucra diversos procesos para la realización de obras de arte cuya ejecución exige bastantes componentes técnicos y materiales que las hacen innovadoras y llamativas para el público participante”.



6. Luis Carlos Torres Toro (673-119)

El proyecto Arte Activo consistió en desarrollar un taller de formación en artes escénicas y otro en producción audiovisual, basados en una estrategia pedagógica de aprendizaje por proyecto (laboratorios prácticos y conceptualización mediante diálogo participativo), que culminaron con la realización de tres cortometrajes de ficción y un documental. Los integrantes del proyecto fueron jóvenes de la localidad que han enfrentado problemáticas sociales en sus barrios, pero que tienen interés en la creación artística y que no han accedido a espacios formales o académicos para materializar sus ideas. Los cortometrajes de ficción realizados como cierre del taller de formación fueron una oportunidad para demostrar las habilidades en música, artes plásticas y artes escénicas de los integrantes del taller. A manera de conclusión, se realizó un documental que mostró el proceso de los jóvenes, sus problemas y su transformación a través del arte.

“Este proyecto contribuyó a la vida de quince jóvenes de la localidad sin ninguna formación académica profesional, quienes encontraron nuevas formas y técnicas de expresarse por medio del arte. Por otro lado, fue un proyecto que reunió a artistas profesionales de disciplinas como la música, artes escénicas y audiovisuales, entre otras, que vieron afectado su trabajo por la pandemia”.



7. Semilla Hyntiba (673-116)

El Festival Hyntiba se Reactiva fue un proyecto que consistió en cuatro intervenciones artísticas de muralismo y graffiti. Paralelamente, sirvió como un espacio formativo, ya que se impartieron tres talleres sobre la importancia del arte para la transformación social, la economía solidaria y técnicas de muralismo y graffiti, dirigidos a jóvenes y niños del barrio Casandra. El Festival incluyó catorce presentaciones escénicas de expresiones culturales como el teatro, el circo, la música y la danza, en las que participaron artistas locales. Como complemento al desarrollo de las intervenciones, talleres y presentaciones se realizó una feria de emprendimientos locales compuesta por 45 puestos, que contribuyó a la reactivación económica de Fontibón.



El proyecto Festival Hyntiba se Reactiva fue una oportunidad para reactivar los escenarios artísticos de la localidad y fomentar los lazos de tejido social en el sector. Gracias a este proyecto pudimos reconocer el trabajo de los artistas, así como brindar un espacio de circulación y distribución de emprendimientos culturales y artísticos locales.

8. Tony Jerónimo Beltrán Gómez (673-113)

Cacofonías Historias Locales fue un proyecto que se propuso visibilizar y dar a conocer el trabajo de artistas y emprendedores de la localidad por medio de eventos y difusión. El producto principal fue la novena edición, impresa y digital, de la revista Cacofonías, en la elaboración de cuyo contenido participaron artistas y escritores. Se realizaron cuatro eventos digitales con artistas musicales, talleres de bordado, percusión, maquillaje y títeres que dieron a conocer el trabajo de los participantes. Además, y con el propósito de contribuir a la reactivación, se compraron productos a emprendimientos locales, aprovechando lo cual se animó a las personas a conocer la revista. En el proceso se visibilizó el trabajo de más de veinte productores de tejidos, camisetas estampadas, agendas y collares, entre otros elementos.



Esta beca apoyó significativamente al sector cultural, porque se pudo dar un incentivo a personas que muchas veces hacen las cosas solo por amor al arte, sin esperar una retribución. Fue una excelente oportunidad de crecimiento y desarrollo económico, ya que generó conocimiento de las actividades culturales y del talento existente en las localidades.



9. Dar-Arte (673-112)

Con el proyecto Una Obra de Arte se buscó abrir nuevos canales de venta para los bienes y servicios de veinte artistas de taller y artesanos, generar empleo para dos jóvenes artistas empíricos y dos artistas plásticos con trayectoria de la localidad. Para lograrlo se apoyó la elaboración de una escultura de tres metros de alto, con movimiento, y de un módulo tipo stand para exhibición. El proyecto reactivó los procesos de creación, tanto de la obra individual de los participantes como del trabajo colaborativo, y en el proceso se reactivaron más de setenta comercios de la localidad gracias a la compra de materiales e insumos.



Además de la creación de obras de arte bidimensionales y tridimensionales, se realizaron eventos de arte en vivo. Pudimos llegar directamente a los visitantes del centro comercial Viva, y logramos que se reconociera a los artistas plásticos locales. Además, se propiciaron espacios de negociación entre los artistas y clientes directos.



10. Hyntiba Graffiti (673-109)

El proyecto Activa Fontibón fue una feria de emprendimiento cultural en el parque central de Fontibón, donde se impartieron talleres a artistas emprendedores sobre proyección de crecimiento, elaboración de logos y posicionamiento en redes sociales. Hubo presencia de seis artistas de graffiti y se realizaron talleres de este arte. Se presentaron doce proyectos de emprendimiento en la localidad y se brindó la oportunidad de mostrar y comercializar sus productos.

“La feria cultural fue un proceso de aprendizaje realmente significativo y una experiencia muy valiosa para que en el futuro se concreten emprendimientos y sus organizadores sepan posicionarlos en el mercado y en las redes sociales”.

11. Radio Terrícola (673-104)

Como forma de contribuir a la mitigación de las condiciones de discriminación y desigualdad social, educativa y laboral a las que se enfrentan personas en situación de discapacidad en Fontibón, Radio Terrícola le apostó al fortalecimiento del desarrollo humano y productivo de esta población a través del proyecto Frecuencia Terrícola: Escuela virtual. Se consolidaron procesos de alfabetización virtual en periodismo, radio, tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y habilidades para el trabajo que les permitió a estas personas adquirir nuevos conocimientos, habilidades y herramientas para crear contenidos audiovisuales, con el propósito de que pudieran desarrollar iniciativas de emprendimiento propio.

“Esta propuesta contribuyó a la participación activa y la libre expresión de la población en situación de discapacidad, de sus familias y cuidadores, a partir de la creación de nuevas narrativas audiovisuales según los intereses de los participantes, que fueron publicadas y exhibidas en Radio Terrícola Fest”.



12. Linda Marisol Medina Martínez (673-103)

Se desarrolló la producción y el lanzamiento de El gris también es un color, el nuevo disco de Linda Habitante. El proyecto se dividió en tres fases: La primera correspondió a la producción y distribución del disco compuesto por seis canciones, acompañadas de un videoclip cada una, proceso que exigió la participación de catorce personas. La segunda etapa fue el lanzamiento, con un concierto narrativo de danza contemporánea y música en vivo que llegó a más de ochocientas personas conectadas a una transmisión online. La tercera etapa fue una convocatoria para artistas de Fontibón, que otorgó estímulos económicos para invertir en sus proyectos particulares.

“Apoyar el arte de la localidad tiene un impacto directo en la disminución de la violencia y la inseguridad. Llevar eventos y producciones de calidad a los jóvenes hace que ellos se den cuenta de que invertir en el arte vale la pena”.



13. Gloria Yolanda Feo González (673-102)

El proyecto ejecutado buscó garantizar el potencial artístico que tienen las personas en situación de discapacidad y clasificarlas en una serie de destrezas para montar espectáculos y transformar los imaginarios sociales equivocados frente al desempeño artístico y cultural de esta población. Se exhibieron ocho muestras artísticas en una presentación final que promovió la reactivación económica de los artistas, los maestros en danza, los vestuaristas y espacios culturales como la Casa de la Cultura Cacique Hyntiba.

“Es Cultura Local aportó conocimiento en temas culturales a la población en situación de discapacidad y a sus cuidadores. De igual manera, ayudó a mejorar la salud mental de la población, ya que contaron con espacios de esparcimiento”.

14. Cristian Camilo Sierra Rodríguez (673-101)

El propósito del proyecto fue generar una estrategia de reactivación económica local basada en aulas de creación-formación y ecofestivales que tuvieron como eje articulador el componente ambiental. La estrategia se apoyó en la iniciativa “Poner a dieta a Doña Juana”, dirigida a lograr una mejor disposición de los residuos de la ciudad. Incluyó ejes de fortalecimiento audiovisual, emprendimiento sostenible, hábitos de consumo responsable y manejo de residuos, al tiempo que se promovía la economía cultural y creativa de Fontibón. Se logró, en su desarrollo, la creación de lazos de colaboración entre emprendedores y artistas, de forma que se plantearon otras ferias y eventos para mostrar sus talentos y aumentar los posibles clientes.

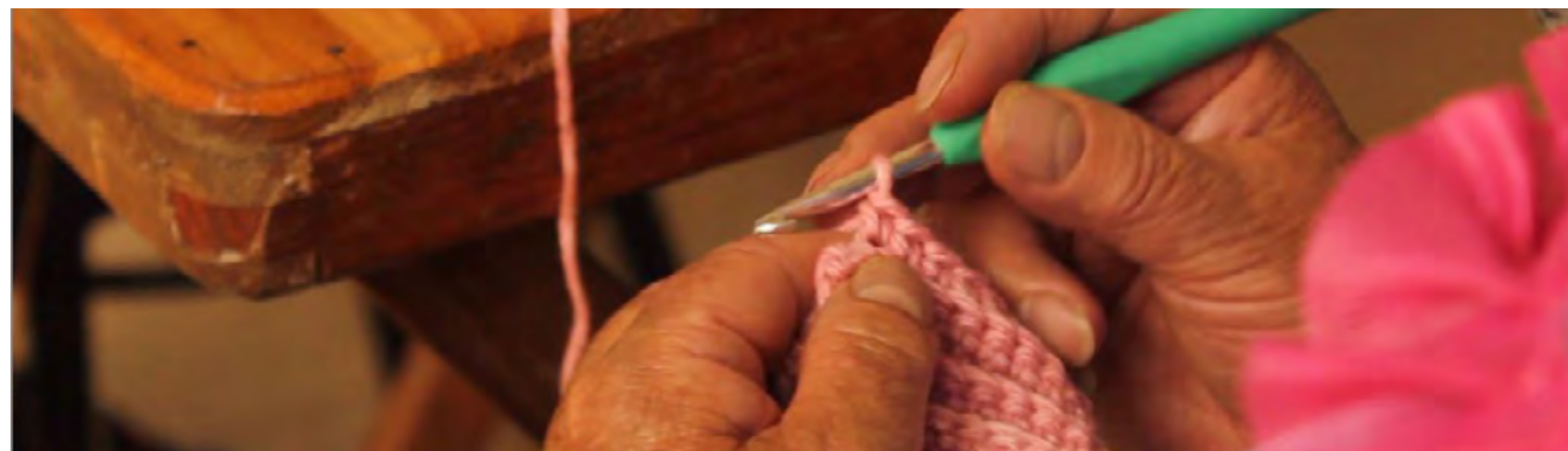
“Gracias a la participación en el Ecofestival por Fontibón pudimos estrenar nuestro montaje, abriendo así la puerta para participar en otros festivales y convirtiendo esta presentación en un referente en nuestro brochure. Además, pudimos relacionarnos con otros artistas locales para generar redes de apoyo”.



15. Omar Antonio Arévalo Guaglianome (673-100)

El proyecto Tejido Cultural Oasis fue un proceso de dinamización de la economía local a partir del tejido y la bisutería. Partió de una fase de formación en estas técnicas y en talleres de emprendimiento y marketing digital para crear y fortalecer emprendimientos que se posicionaron a través de una feria artística y artesanal y un proceso de promoción digital mediante una página web y unas redes sociales manejadas por una emprendedora de la localidad con amplia experiencia en procesos de community management. Finalmente, a manera de memoria fílmica, y como insumo para el proceso de socialización, se produjo un documental que dio testimonio del aporte de la iniciativa en Fontibón.

“La beca fue una oportunidad de posicionar la cultura en las dinámicas de la localidad mediante el tejido y la bisutería. Pudimos realizar un ejercicio de transmisión de saberes ancestrales a personas de todas las edades, y a partir de ahí, crear y fortalecer emprendimientos y procesos de reactivación con un trabajo en red”.





16. Fundación Social Eos (673-097)

Patios Artísticos fue un proyecto dedicado a construir mejores ciudadanía, buscando un diálogo más cercano entre la comunidad, el arte y la cultura mediante la formación y exploración artística como herramienta para la resiliencia en tiempos de la pandemia. Se propiciaron espacios educativos de las artes escénicas, de danza y teatro para niños, niñas y jóvenes. El proyecto, además de generar empleo para artistas formadores de la localidad, posibilitó la promoción y exhibición de productos artísticos.

“Las actividades artísticas que se desarrollaron en los talleres evidenciaron que es necesario acercarse más a la población a la formación artística y promover su asistencia a los espectáculos de danza, teatro y música. Así se contribuye a la formación de públicos y se fortalecen las bases de futuros artistas, al tiempo que se mantiene la productividad cultural”.

17. Grupo Editorial Bookhunters (673-095)

La propuesta Relatos Mágicos consistió en la producción de una serie de libros sobre mitología de las culturas griega, nórdica, japonesa y maorí, que se enfocó en la exploración de los relatos sobre la creación del mundo y las primeras historias de los dioses. La colección constó de cuatro volúmenes que se produjeron en una edición especial de tiraje limitado; incluyó un estuche conmemorativo para los cuatro volúmenes. La propuesta fue ejecutada por una empresa de Fontibón, con un equipo de profesionales, principalmente de la localidad. De esta manera se ofreció remuneración directa a ocho personas y dos empresas del sector artístico y publicitario para promover la reactivación.

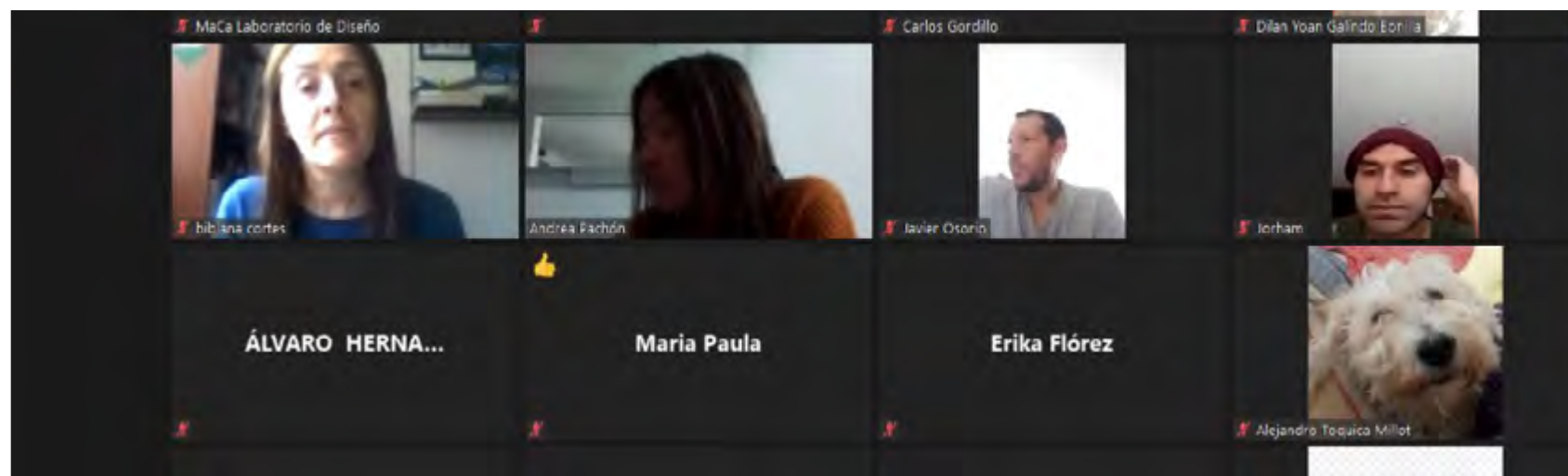
“La beca representó una gran oportunidad para reactivar los negocios del sector cultural. Después de un muy difícil año de pandemia, recibir la financiación de Es Cultura Local nos permitió no solo volver a trabajar, sino hacerlo de una manera ambiciosa, con un gran proyecto y un selecto equipo de trabajo”.



18. Nicolás Emilio Nicoyembe Rodríguez Córdoba (673-093)

Gracias al desarrollo del proyecto fue posible lanzar al mercado musical la segunda producción discográfica independiente del maestro Nicoyembe, compuesta por ocho canciones (cinco inéditas y tres covers). Además, se grabó el primer videoclip de una canción del artista. Se realizó una estrategia de promoción en medios tradicionales y virtuales para posicionar la creación. De manera alterna, se llevó a cabo un ciclo de talleres virtuales y presenciales de iniciación en percusión de ritmos folclóricos de la costa colombiana.

“Fue de gran valor contar con el apoyo de Es Cultura Local, toda vez que permitió fortalecer la marca de un proyecto individual y forjó, para la sociedad, espacios de convivencia, aprendizaje y emprendimiento en una época difícil para el sector cultural, por la pandemia”.



19. Gpo Shikoba (673-091)

Fontigrafía por la Reactivación Cultural fue una apuesta que, mediante el arte audiovisual y el marketing digital, permitió desarrollar estrategias para fortalecer los emprendimientos locales y fomentar el trabajo colaborativo en red. Este proyecto fue fundamental para el empoderamiento y la caracterización de agentes culturales locales, quienes en los stands virtuales del portal web Fontimarket encontraron un espacio de crecimiento para sus emprendimientos, gracias al cual pudieron conectarse, en los ámbitos local, distrital y nacional, con potenciales clientes y proveedores.

“El proyecto de Fontigrafía fue muy positivo, ya que nos permitió avanzar como negocio en estrategias de posicionamiento digital, en un momento en que no teníamos ni idea de cómo ofrecer nuestros productos por internet. Este proyecto nos permitió fortalecer ese aspecto que, para nosotros, ha sido muy importante”.

20. Augusto Ferney Clavijo Mantilla (673-090)

Gracias a la ejecución del proyecto fue posible la creación y el fortalecimiento de la Banda Sinfónica de Fontibón (BSF). Fue una obra sin precedentes en la localidad, impulsada por iniciativa del maestro Augusto Ferney Clavijo Mantilla, músico local de larga trayectoria en la escena local y distrital, con más de 26 años de experiencia. Se consolidó este ejercicio transversal con la integración de niños, niñas y adolescentes apasionados por la música, que durante más de tres meses recibieron capacitación gratuita en música. Se siguieron los protocolos de bioseguridad, se empleó la virtualidad y la presencialidad escalonada como eje dinamizador de las prácticas musicales de viento metal y percusión, que derivaron en cuatro conciertos presenciales de obras musicales inéditas en diferentes espacios de la localidad.

“Este proyecto tuvo un valor añadido gracias al componente formativo, social y comunitario. La continuidad de la obra y su sostenibilidad será un reto para todos nosotros”.



21. Yeinz Edilson Orobajo Barbosa (673-087)

La propuesta buscó involucrar a artistas, emprendedores y a la comunidad local en un ejercicio pedagógico. Se realizaron una obra de teatro, dos piezas musicales, tres obras de artes plásticas y dos montajes de danza. La iniciativa tuvo como efecto la reactivación económica y la construcción de un nuevo imaginario pospandemia en el que la industria creativa y cultural tuvo un liderazgo fundamental, basado en experiencias concretas, exitosas, replicables y sostenibles a largo plazo.

“Los artistas locales nos involucramos comprometidamente en estos procesos porque fomentan nuestra actividad y nos demuestran las posibilidades que a largo plazo tenemos como ciudadanos y como sector dinamizador y propositivo”.



22. Atelier S2dio Fotografía Producción y Turismo (673-081)

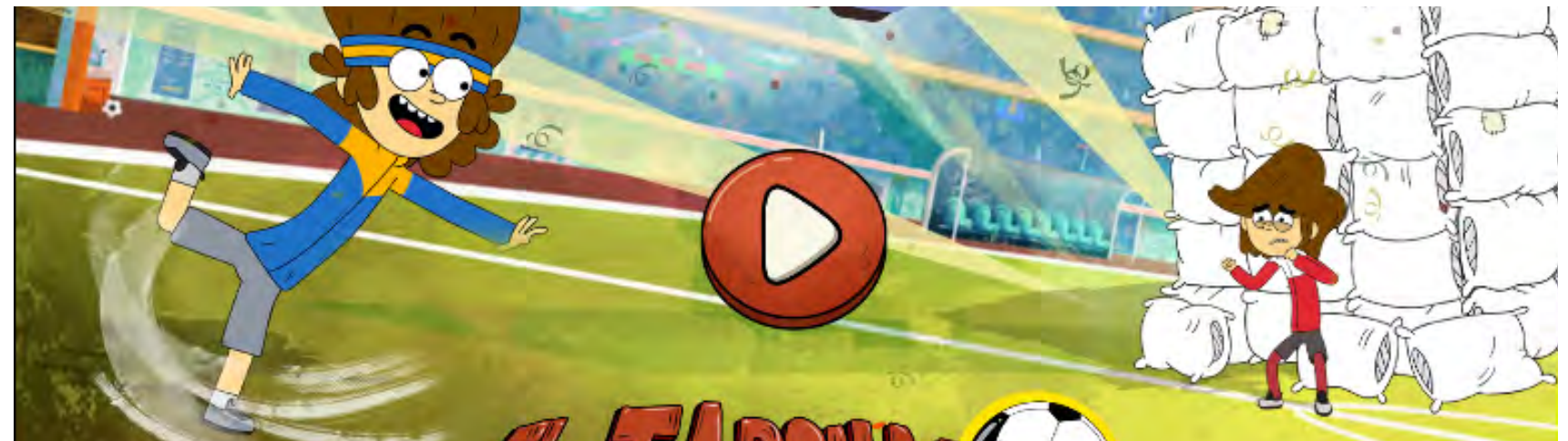
El proyecto Fotografías para la Reactivación Económica de la Creatividad y la Cultura estuvo encaminado a fortalecer la exhibición, comercialización y promoción del sector creativo y cultural mediante la toma de fotografías profesionales de bienes o servicios, para que las empresas tuvieran una herramienta atractiva con la que darse a conocer en los diferentes medios de comercialización. Estos elementos fueron fundamentales para sus procesos particulares en sus páginas web, catálogos y redes sociales. Se ofreció un día de fotografía profesional a veinticinco empresas y colectivos, para que, según sus necesidades, pudieran aprovechar el proceso al máximo, ajustándolo a sus necesidades con fotografías de producto, fotografía de alimentos o registro de procesos artísticos.

“Con nuestro proyecto buscamos beneficiar a veinticinco empresas de Fontibón que requerían impulsar e incrementar sus ventas en plataformas virtuales con imágenes comerciales y profesionales de sus bienes o servicios”.

23. ZincoTools (673-079)

La propuesta de esta productora audiovisual fue desarrollar la plataforma digital de la serie animada Juaco vs. Paco, con el fin de fortalecer los canales de distribución y reconocimiento de la que se convirtió en la primera serie colombiana en coproducción con el canal Cartoon Network. Al ser la primera producción de este tipo en un canal de esta magnitud, fueron generados más de cincuenta empleos directos e indirectos durante un año, y se fortaleció la industria de la animación en Colombia. De esta manera se creó y potenció un buen referente en los mercados internacionales. Igualmente, se fortaleció un componente educativo creado con el apoyo del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), con cinco talleres sobre el proceso de producción dirigidos a los habitantes de la localidad.

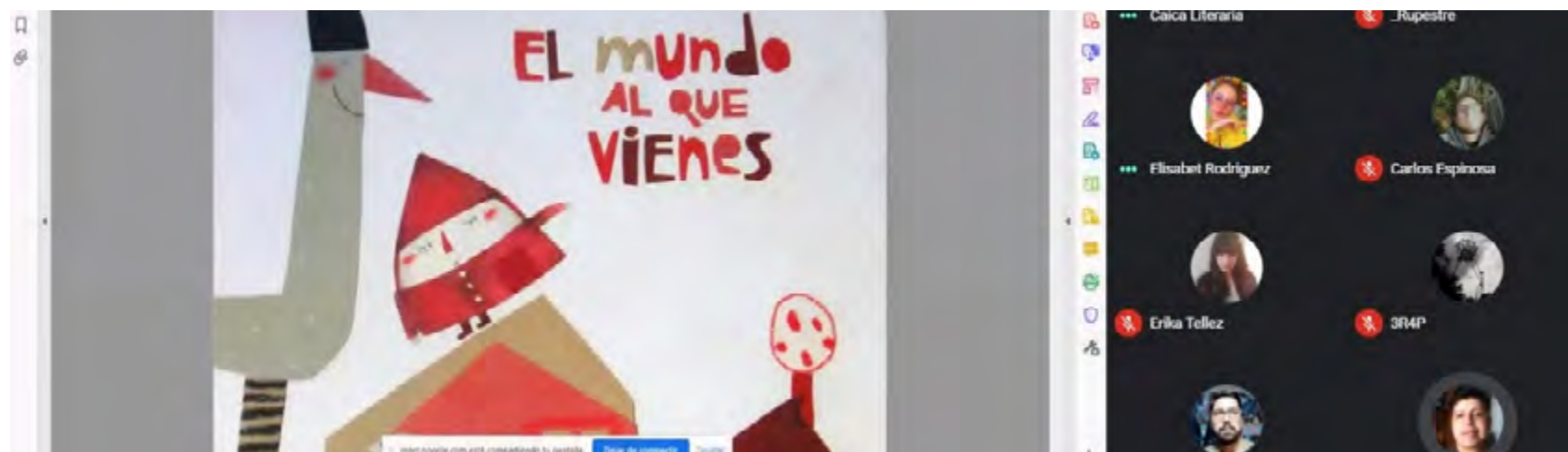
“Gracias a la beca Es Cultural Local pudimos tener un mayor alcance, potenciar la marca y lograr mayor impacto. Así, tuvimos mayor difusión de la serie en Latinoamérica, al tiempo que creamos nuevos empleos durante el periodo de ejecución”.



24. Biblioteca Caica Literaria (673-076)

La biblioteca logró fortalecer y reanimar el proyecto El vuelo de la Caica, que constó de la creación y producción de un programa infantil y familiar titulado El laboratorio del Michi, y un libro-álbum: El vuelo de la Caica. Estos contenidos audiovisuales y editoriales buscaron generar relaciones de encuentro y aprendizaje con la comunidad del barrio Recodo, y la localidad en general, a partir de la promoción y exhibición del patrimonio y la memoria local. La iniciativa permitió que la biblioteca fuera productora y generadora de conocimiento, lo que permitió la reactivación de este espacio y de las actividades de sus integrantes. También se logró dar a conocer el trabajo y la creatividad de quienes han ayudado a sacar la propuesta adelante.

“Es Cultura Local apoyó de manera significativa al sector artístico y cultural, además de reconocer la diversidad de oficios y saberes que permiten poner en marcha y ejecutar ideas diversas que democratizan la oferta del arte y la cultura”.





25. Diego Alejandro García Forero (673-073)

El proyecto Mobiliario Funcional Urbano tuvo como objetivo el diseño y fabricación de mobiliario de madera para los hogares, con un componente diferencial: cada mueble fue intervenido por diferentes artistas de la localidad. Se buscó que la gente se llevara a su hogar no solo un mueble que cumple una función, sino que también contuviera una expresión artística y contara una historia. El proyecto fue un gran aporte para apalancar el funcionamiento del taller, que en la localidad generó empleo para carpinteros, lijadores, pintores, artistas, arquitectos y comerciantes, entre otros.



Esta beca nos dio un respiro y la posibilidad de desarrollar un proyecto con el cual esperamos prosperar y proyectarnos para crecer. Otro aspecto muy importante que generó la iniciativa fue la posibilidad de crear empleos y abrir espacios culturales para que nuevos talentos se expresaran e hicieran conocer su trabajo".

26. Raúl Ayala Mora (673-070)

El proyecto tuvo como propósito ampliar las oportunidades de distribución, exhibición, promoción y comercialización del espectáculo Colombia Danza. El objetivo fue ampliar su potencial mediante el consumo digital con el proceso creativo de la compañía de danza Orkéseos. Requirió la producción de una plataforma digital por medio de la cual el usuario pudiera viajar, reconocer y recorrer la memoria cultural y artística del país a través del espectáculo. También amplió los canales de fidelización, no solo de la obra artística, sino del patrimonio inmaterial cultural del país, lo que posibilitó que la experiencia de Colombia Danza se amplificara y lograra llegar al consumidor por diferentes medios y estrategias.



Este proyecto permitió mantener viva la memoria de nuestras danzas, de nuestro cuerpo y de los territorios donde ha nacido el folclor como patrimonio inmaterial de nuestro país".



27. Paula Andrea Fonseca (673-067)

Se buscó crear, producir y promocionar un cuento literario y un muñeco de tela que constituyó un aporte interesante, en términos de acercamiento a la historia fundacional de la localidad, y se representó, de manera gráfica, a un niño cacique que fácilmente puede ser un símbolo local para la primera infancia. El proyecto contribuyó a la reactivación económica con la creación de un kit que promovió la inmersión en la cultura de niños y niñas de dos a seis años. Con el recurso textil y las imágenes bidimensionales se fortaleció la participación activa de la primera infancia en la recuperación de la tradición oral de Fontibón, al tiempo que se ampliaron las posibilidades de creación, producción y comercialización de los productos textiles en la localidad.



El proyecto aportó a los niños de primera infancia el conocimiento de sus orígenes de una manera fácil de comprender, con una carga pedagógica que tuvo como complemento el kit que se entregó. De manera económica, fue posible apoyar al gremio textil y a personas de la tercera edad que participaron en el proyecto".





28. Stephanie Mora Ospina (673-062)

El proyecto hizo énfasis en la formación y profesionalización de las prácticas del hip hop como método para reactivar a los artistas y gestores locales. Se partió de la idea de que mejorar sus prácticas es hacerlos más competitivos en otros mercados. La propuesta estuvo compuesta por una convocatoria, un ciclo formativo de seis elementos, una producción musical con cinco canciones, dos videos profesionales y un evento final. Todo se realizó como una estrategia digital en una plataforma virtual que sirvió como espacio formativo y portafolio de servicios para actores culturales y artísticos de la cultura hip hop de Fontibón.

“Gracias al proyecto, los artistas emergentes del hip hop contarán con herramientas conceptuales, técnicas y artísticas para posicionarse en los circuitos y mercados distritales. El equipo contratado para realizar diversas labores fue amplio, por lo cual un considerable número de personas resultaron beneficiadas económicamente. De este modo se logró apoyar la reactivación”.

29. Asociación Los Danzantes, Industria Creativa y Cultural (673-061)

El proyecto La Comunidad de la Danza de Fontibón en Danza.co consistió en la generación de portafolios artísticos y comerciales de los productos y servicios ofertados por las entidades del sector de la danza que tienen su sede o principal campo de acción en la localidad de Fontibón. Estos contenidos se integraron al portal web de Danza.co. La propuesta fortaleció el sistema comercial, de difusión y de interacción del sector, y propuso cambios significativos, estructurales y decisivos en la forma de ofrecer y promocionar los productos y servicios a las diferentes audiencias. El proyecto concentró sus esfuerzos en construir un punto de encuentro de toda la danza para que la ciudadanía pueda encontrar fácilmente la información de esta área cultural cultivada en Fontibón.

“Este proyecto lo concebimos ambiciosamente para instalar la danza de Fontibón en la realidad tecnológica del presente, con el objeto de brindarles a los grupos, compañías, escuelas y academias de la localidad una plataforma en línea de contenidos exclusivos de danza. Este proceso buscó ayudarlos a ampliar los canales de comercialización de sus servicios con miras a reactivar sus dinámicas económicas”.



30. Agrupación Las Babas de la Luna (673-056)

La propuesta consistió en un proceso de reactivación económica del sector cultural de la localidad a partir de talleres de formación dirigidos a jóvenes, en las áreas de teatro, danza y música. Gracias a este proceso se produjo un montaje creativo en formato de tríptico titulado Que viva la vida. Como resultado del proceso, fue publicada una cartilla de memorias y un producto audiovisual con el nombre de la agrupación.

“Contribuimos con actividades culturales, acogiendo a treinta jóvenes que pudieron aprender y recibir un pago económico por ello. Brindamos presentaciones artísticas a la comunidad y logramos mantener un proceso de formación de cuatro meses”.



31. Boom (673-049)

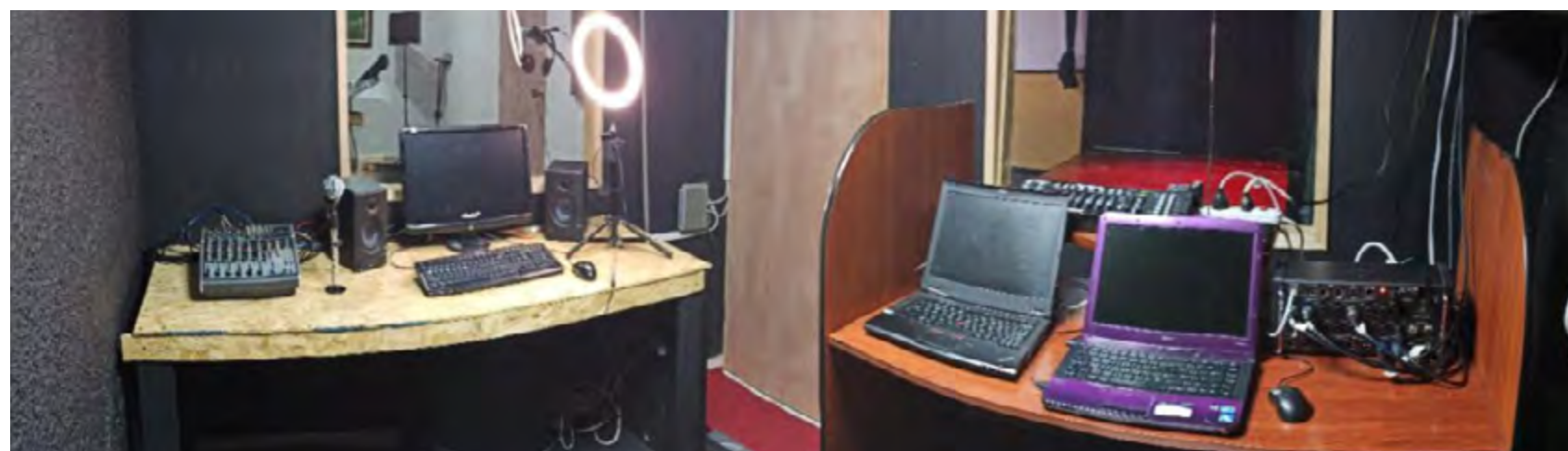
Hagamos Ruido a la Música Local fue una propuesta que se dedicó a la visibilización de agrupaciones musicales cuyos integrantes fueran de la localidad. Para tal fin, fueron implementadas infraestructuras a escala local para ofrecer una experiencia tanto a los artistas como al público general, que promovió el apoyo a las diferentes producciones artísticas que se desarrollaban en Fontibón. Se reactivaron agrupaciones musicales, sitios de alquiler de sonido y el equipo técnico encargado de capturar, editar, mezclar y publicar todo lo referente a esta propuesta. Igualmente, se apoyó la reactivación con la adquisición de refrigerios y bebidas hidratantes a comercios locales.

Gracias al apoyo recibido pudimos desarrollar una plataforma de visibilización de artistas que pretende crecer en el futuro con el propósito de promover el ejercicio de la música en la localidad. Es Cultura Local logró dar un nuevo aire a la cultura de Fontibón, pues reactivó la labor de los artistas y dignificó su oficio.

32. Jhoan Stiven Largo Ossa (673-046)

La propuesta consistió en la instalación de un espacio para la enseñanza que beneficiara a habitantes de la localidad interesados en fortalecer sus conocimientos de música y producción musical con énfasis en hip hop. En el proceso se desarrolló un curso de veintiocho clases que tuvo un impacto cultural directo, pues aportó herramientas formales que podían ser aplicadas en los proyectos musicales de los participantes. Al finalizar el ciclo educativo se hizo una compilación de música producida por los participantes que finalizaron el proceso y quisieron colaborar para visibilizar sus creaciones. Esta selección se distribuyó en físico, en formato de CD y en plataformas digitales.

Esta beca fue un importante aporte a los diversos sectores de las artes de la localidad, como el teatro, la música, la pintura, la fotografía y la danza, entre otros, y generó oportunidades para desarrollar proyectos enfocados en la reactivación de los diversos eslabones de la economía cultural.



33. Carlos Enrique Alfonso (673-045)

El proyecto logró consolidar un espacio de 180 metros cuadrados para la realización física y virtual de actividades, laboratorios, encuentros, eventos y cursos que fortalecieron las actividades del sector cultural y creativo, aprovechando la tecnología social y la cultura libre. El espacio fue adecuado en el centro de Fontibón para la realización física de las actividades y fue complementado con la creación de un sitio web para difundir digitalmente las obras.

La creación de este espacio en torno a la cultura libre expandió las posibilidades de creación de cultura y arte aprovechando los recursos tecnológicos; así, los artistas compartieron su conocimiento con la población de Fontibón mediante eventos, talleres y conservatorios.



34. Cumbia Cachaca (673-039)

El proyecto fue un proceso de inmersión en el Caribe colombiano por medio de la producción de un libro interactivo con material audiovisual, y relacionado con expresiones de la tradición oral observable en la música, como las gaitas, el bullerengue, la cumbia, las tamboras y la terapia criolla. Se produjeron 120 copias que se distribuyeron entre 100 beneficiarios del taller de acercamiento a las músicas de tradición oral del Caribe colombiano. Esta beca reactivó áreas como la litografía y la cadena de producción de la impresión de libros. Asimismo, se reactivaron estudios de grabación, estudios de streaming y la actividad de los artistas que se vieron beneficiados.



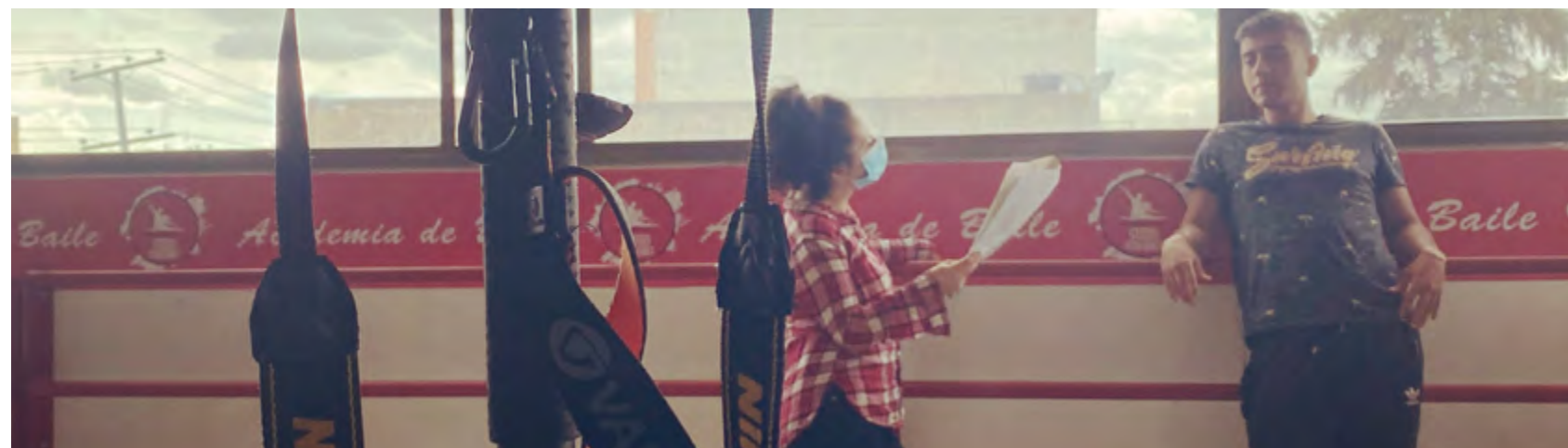
El aporte de este proyecto al sector cultural se ve reflejado en la visibilización de saberes presentes en la música de tradición oral, expuestos a habitantes de la localidad con el propósito de acercarlos a elementos de la cultura colombiana. Al tiempo, los procesos del proyecto reactivaron diferentes áreas económicas en la localidad*.

35. Lorena Rodríguez Medina (673-036)

Focus fue un proyecto interdisciplinar que comenzó con la inquietud de encontrar una fusión entre las artes escénicas y los nuevos medios, para usarlos como forma de expresión de grupos poblacionales de la localidad. Se realizaron dos talleres de actuación y dos talleres de creación de nuevos medios audiovisuales, para enseñar el manejo de herramientas. Así, los participantes encontraron formas empíricas de emprender labores en medios de comunicación o en el campo de las artes escénicas. Se produjeron veinte monólogos a partir de las vivencias de cada participante, en los que se proyectó el sentir de los jóvenes de la localidad. Estos textos se tomaron como insumo para realizar un producto audiovisual en el que los participantes cumplieron dos roles: actores y directores de fotografía.



El proyecto ayudó a reactivar las organizaciones y las actividades de los agentes culturales aliados. También benefició directamente a jóvenes interesados en las artes. En el futuro, ellos serán los nuevos agentes culturales de la localidad, así que la beca fortaleció la industrial artística y cultural de Fontibón*.



36. Diego Mauricio Álvarez Rubio (673-031)

El proyecto contribuyó al desarrollo de Vampiros de Fontibón, serie de televisión de los géneros de acción y terror, realizada con técnicas de animación e imagen real. Se desarrolló un piloto de dieciséis minutos y la biblia de la serie con la estructura general, la sinopsis de los capítulos y la biografía de los personajes. El mayor aporte de la propuesta fue dar trabajo a más de veinticinco agentes culturales de la localidad, entre músicos, realizadores y diseñadores, que enfrentaban grandes problemas a causa de la pandemia.



El 2020 fue nefasto para la actividad cultural por la pandemia, que afectó a los artistas no solo económicamente, sino también moralmente, en un mundo que cambió sus prioridades, de modo que la cultura quedó al final de la lista. Que en un escenario así de trágico, los artistas hayamos podido continuar con nuestra actividad es algo casi impensable, y también invaluable*.



37. Floro Ernesto Novoa Remicio (673-029)

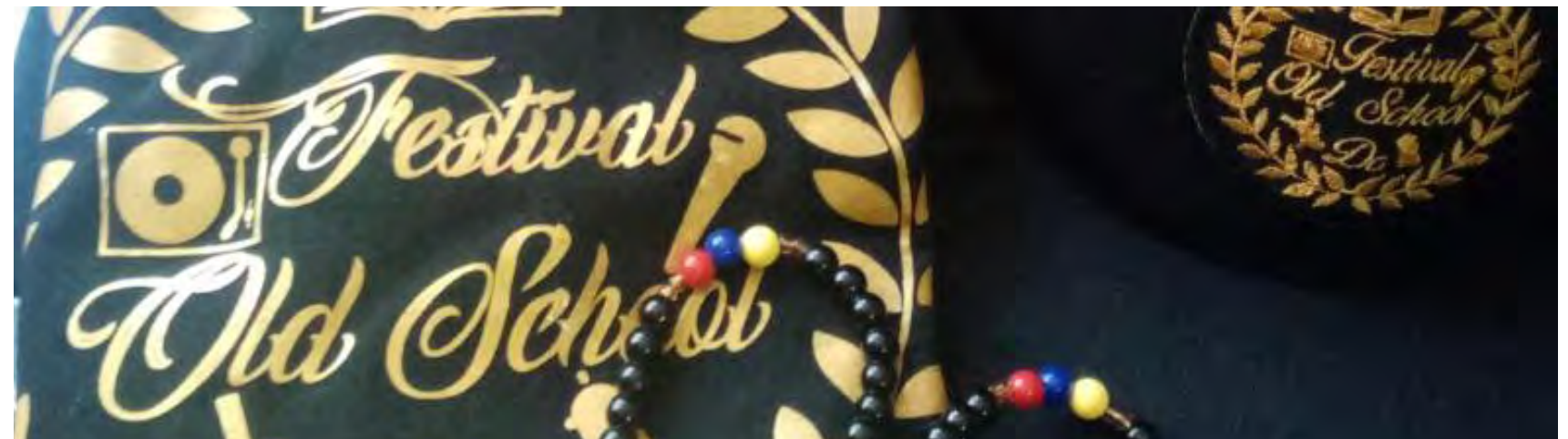
Se desarrolló una feria virtual de servicios y productos artísticos de Fontibón con el objetivo brindar herramientas para el desarrollo de emprendimientos en plataformas digitales. En un espacio web se brindó una rueda de negocios con laboratorios de formación dirigidos a fortalecer aprendizajes sobre mercado virtual que permitan alcanzar la sostenibilidad. Se creó una aplicación móvil que ofrece información de actividades y productos del sector cultural y creativo de Fontibón, para que la comunidad esté enterada constantemente. Las actividades finalizaron con una feria virtual como evento principal, a través de la plataforma web, en la cual se realizó el lanzamiento de la herramienta digital como espacio de formación constante y la aplicación móvil como herramienta de circulación y comercialización de productos culturales y creativos de la localidad.

“La propuesta brindó formación en temas relacionados con marketing digital, herramientas digitales y creación de marca, entre otros. Los participantes recibieron herramientas para desarrollar sus emprendimientos en esta nueva realidad; además, mediante la página web y la aplicación, los clientes podrán consumir cultura sin intermediarios”.

38. Nelson Eduardo Gaitán Cadena (673-026)

El proyecto brindó herramientas para promover el crecimiento del sector del break dance mediante talleres educativos y videoforos enfocados en la transmisión de saberes útiles para el desarrollo de actividades económicas sostenibles en torno al Festival Old School DC. Además, buscó fortalecer las capacidades para realizar la sexta edición del Festival, que les dará la oportunidad de participar a los agentes de la localidad relacionados con la cultura hip hop, y mediante la contratación de diferentes proveedores durante el proceso dio apoyos económicos para propiciar la reactivación del sector cultural.

“Con la formación logramos llegar a más de 2500 personas por Facebook Live. Además, en uno de los videoforos contamos con la participación de los protagonistas de las películas Breaking y Beat Street, lo que fue significativo y quedó en redes para que lo pueda ver cualquiera”.



39. Adolfo Lemos (673-024)

Gracias al desarrollo del proyecto se realizó Music Machine Sesiones 2021 para producir videos profesionales centrados en músicos de la localidad, con el propósito de fortalecer la circulación de su trabajo. Se realizaron seis piezas audiovisuales de doce proyectos musicales de diferentes géneros desarrollados en Fontibón. Gracias a la estrategia de promoción y visibilización, los videos fueron vistos por más de 58000 personas en redes sociales y la página web. Además, cuarenta personas que hicieron parte de este proyecto fueron remuneradas. Por ello, este fue un aporte para reactivar la economía del sector cultural en la localidad.

“Por medio de las piezas, realizadas con altos estándares de calidad, dentro y fuera de Bogotá visibilizamos doce proyectos musicales producidos en Fontibón y logramos remunerar económicamente el trabajo de cuarenta personas que desde hace muchos años trabajan en la localidad por la música y la cultura”.



40. Francisco Javier Cortés Herrera (673-022)

El proyecto Fontibón de Fiesta por Fontibón apoyó la reactivación económica proponiendo las artes como herramienta de comunicación para incentivar el comercio y abrir oportunidades de trabajo a los artistas y artesanos de la localidad. Se realizó una convocatoria dirigida a locales comerciales de la localidad con el propósito de apoyarlos en la realización de un video sobre fiestas colombianas. Se desarrollaron elementos de escenografía y utilería y se contó con el apoyo de artistas en áreas como la música y las artes plásticas, para generar un ambiente cultural mientras se promocionaban los productos y servicios ofrecidos.

“Con este proyecto pude retomar mis labores actorales, ya que durante la pandemia se pararon todas las posibilidades de trabajo artístico. Además, gracias a Es Cultura Local se pudo tener contacto con la gente nuevamente”.

41. Hugo Orlando Fernández Varón (673-017)

La propuesta buscó difundir la música colombiana. Fue dirigida especialmente a jóvenes, pues pocos conocen la gran variedad de ritmos que hay en el país. Se buscó fortalecer la representación y el reconocimiento de esta música mediante la grabación de seis videos con canciones de mapalé, fandango, currulao, sanjuanero, vallenato y bambuco. Participaron doce músicos y doce bailarines. Así se hizo un aporte a la reactivación económica de la industria creativa y cultural de agentes culturales y proveedores de servicios de la localidad.

“Esta beca fue un significativo aporte al sector cultural y ayudó a la reactivación económica, porque nos dio un ingreso en momentos difíciles para la actividad musical. Agradecemos a la Alcaldía local de Fontibón, al Idartes y la Secretaría de Cultura por esta ayuda que nos brindaron”.



42. Paula Cecilia Casa García (673-015)

Con el propósito de superar la resistencia del público a asistir a las salas de teatro por la pandemia, se desarrolló el proyecto Teatro Seguro, para garantizar el desarrollo de estas actividades con todos los protocolos de bioseguridad. Se realizaron cuatro funciones presenciales y virtuales de la obra Búnker, el mundo con entrada gratuita para cuatro colegios ganadores de una convocatoria. Con danza y humor, la obra habla del cuidado del medio ambiente, y está especialmente dirigida a agentes culturales y educativos de la localidad.

“Generamos confianza en regresar al teatro de forma segura, con el propósito de reactivar el sector con la creación, producción, promoción y exhibición de una obra teatral que continuará fortaleciendo la economía durante su proceso de comercialización. El mensaje ecologista y el carácter pedagógico de la obra también contribuye a la creación social y humana”.





43. Corporación para el Desarrollo Afrocolombiano (Coprodepa) (673-075)

Sawabona es Fontibón: La Voz de Mis Ancestros fue una propuesta que buscó promover y reivindicar las prácticas culturales y patrimoniales ancestrales desde la oralidad de las comunidades afrocolombianas, raizales y palenqueras, principalmente de mujeres residentes en la localidad de Fontibón, mediante la realización de círculos de canto como proceso de formación y una producción musical concretada en la grabación de un CD con cinco canciones. A las mujeres negras que hicieron parte de este proceso, que fueron contratadas para fortalecer la reactivación de la localidad, se les dio apoyo económico.



El proyecto invitó a las mujeres negras a confiar nuevamente en que la cultura prevalece por encima de todos los obstáculos y retos. Con los recursos otorgados pudimos crear un grupo de mujeres jóvenes negras de la localidad llamado Musoke, que quedará como parte del proceso virtual".

\$284'782.609 millones  invertidos desde lo local

 **6 estímulos** entregados a proyectos **artísticos y culturales**

Engativá
ES CULTURA

LO 
CAL 

355
beneficiarios directos

1.581
beneficiarios indirectos



ENGATIVÁ

El sector creativo y cultural de la localidad de Engativá venía posicionándose como uno de los más activos de Bogotá. En ese contexto, el programa Es Cultura Local significó un gran apoyo para los agentes de este sector. Setenta y siete propuestas se inscribieron en el proceso, y finalmente seis fueron elegidas para recibir apoyo económico, acompañamiento y formación en habilidades empresariales y de emprendimiento.

Del sector creativo y cultural, 2.956 empresas, 2.660 microempresas y 321 agrupaciones desarrollan sus actividades en Engativá; además, 25 equipamientos culturales (4,3% de la ciudad) se encuentran en la localidad.

El crecimiento de este sector recibió un aliento de fuerza con Es Cultura Local, que apoyó a cuatro microempresas y dos agrupaciones que ganaron estímulos por 45 y 35 millones, respectivamente. Esto les permitió retornar a sus actividades y generar impacto en la ciudadanía y en otros agentes culturales con actividades,

servicios y productos desarrollados alrededor de la cadena de valor, con foco en la creación, producción y exhibición. Así, se beneficiaron directamente 355 personas y 116 microempresas y agrupaciones, e indirectamente, más de 1.500 personas.

Las becas ganadoras de Es Cultura Local se distribuyeron así en los diferentes eslabones de la cadena de valor: seis para creación, cinco para producción, dos para distribución, tres para exhibición, dos para comercialización y seis para promoción.



1. Mesa Local de Graffiti Engativá (670-056)

La agrupación desarrolló el proyecto Engativá de Vuelta al Ruedo, que revitalizó dos iniciativas de graffiti que se vieron perjudicadas por la pandemia: el Festival Muro de la Fama y el Festival New Styles, que se realizan desde 2010 y 2014, respectivamente. Los dos festivales lograron atraer a 41 personas, entre jóvenes que empiezan su carrera artística y profesionales con larga trayectoria. Se buscó visibilizar sus obras con intervenciones masivas en el parque central de Villa Gladys y el Colegio República de Guatemala. Los dos festivales ofrecieron espacios de formación con talleres sobre historia, elaboración y reglamentación de la práctica del graffiti. Como un evento adicional y ligado a la reactivación económica, se desarrolló una feria de emprendimientos emergentes de la localidad, con el propósito de que esa vitrina se amplíe y acoja a personas que necesitan visibilizar sus productos.



El aporte que ha generado la propuesta Engativá de Vuelta al Ruedo es significativa, ya que en sus ejes de participación, formación y recuperación del espacio público pudimos contar con la participación de más de 150 personas de la localidad, entre estudiantes, artistas, tiendas comerciales y emprendimientos, con el fin de contribuir a la reactivación del sector del arte y la cultura en la localidad de Engativá.

2. Vientos de Rock (670-067)

Con el proyecto Se Reactiva la Cultura en Engativá, Vientos de Rock apoyó a veinte ganadores en una convocatoria de expresiones artísticas de música, teatro, pintura y circo. Los ganadores se vieron beneficiados directamente con un incentivo económico, con la grabación de sesiones de video, como un insumo de calidad para sus procesos profesionales, y con el acceso a talleres de formación para fortalecer sus habilidades en procesos de participación en convocatorias y relación con medios de comunicación. Los productos de las sesiones de video quedaron para uso libre de los ganadores y fueron publicados para maximizar el impacto en los canales digitales del proyecto.



Con nuestro proyecto estamos contribuyendo a la reactivación económica de los artistas y de la localidad. El objetivo es apoyarlos con un producto audiovisual que les permitirá presentarse a las diferentes convocatorias en las mejores condiciones técnicas. De esta manera podrán, según el nivel de su propuesta artística, ganar becas o convocatorias, lo que finalmente se traduce en desarrollo de sus proyectos y de su propia economía.



3. Filomena Edita (670-071)

Esta editorial logró la reactivación de sus actividades económicas mediante la edición y producción de tres libros impresos, con un tiraje total de novecientos ejemplares, que se añadieron al catálogo editorial. Se vinculó a personas naturales y empresas en los procesos de corrección de estilo, diagramación, ilustración e impresión. Como parte del proyecto, se produjo contenido divulgativo relevante y se fortaleció el canal de venta digital para visibilizar, promocionar y comercializar los bienes y servicios ofrecidos por la microempresa.



El proyecto Es Cultura Local ayudó a mantener la sostenibilidad de la editorial, a visibilizar su portafolio de servicios y a ampliar el catálogo de sus productos. Por otro lado, pudimos "poner en orden la casa" con el apoyo del auxiliar contable. En general, tratamos de distribuir los recursos para fortalecer aspectos como la producción, exhibición y comercialización de bienes y servicios.



4. Laura Marcela Ramírez (670-124)

Gracias a la ejecución del proyecto se realizó el primer Festival AV Síntesis, espacio dedicado a las artes audiovisuales electrónicas, la live performance y el video mapping. El Festival tuvo como temas la no repetición de casos de violencia, la memoria, la verdad y la transformación, que fueron ejes para la realización de una pieza experimental y una pieza principal de video mapping. Se otorgaron dos premios a piezas de video mapping y uno a una obra de live performance, que hicieron parte de la proyección en la fachada del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá (MAC). Como espacio adicional, se ejecutó un eje de formación que ofreció dos conferencias y un taller sobre producción de video mapping. En su desarrollo se evidenció el apoyo a artistas y escenarios de exhibición. El Festival se consolidó como una iniciativa para la visibilización de la localidad y el patrimonio cultural y arquitectónico del MAC.



Como artista visual y productora de video que también hace video mapping y videoinstalaciones, me parece importante que existan estos espacios de visibilización del mapping, porque casi no los hay, y es especialmente destacable que este apoyo se esté dando en tiempos de la pandemia. Con todo lo que está pasando, la iniciativa reactiva la memoria a corto plazo. El arte es un espacio superimportante para retornar a la normalidad y la vida".

5. Música Luthiers (670-125)

Mediante el proyecto Restaurando Sonidos, la microempresa desarrolló actividades de luthería para contribuir a la reactivación económica. El principal ejercicio fue la reparación de al menos cincuenta instrumentos musicales de personas naturales, instituciones públicas y organizaciones culturales de la localidad. Además, se desarrolló un espacio de formación sobre el oficio del luthier que, mediante cuatro talleres y un panel educativo, difundió entre la comunidad nuevos conocimientos de reparación y mantenimiento de instrumentos musicales. Se fortaleció el desarrollo del proyecto con un eje de visibilización que condujo a la realización de cinco videos y la puesta en marcha de una página web para exhibir los contenidos producidos y promover los productos y servicios de la microempresa.



La propuesta aportó al sector cultural la visibilización de la labor de los luthiers y la reparación de diversos instrumentos musicales, tanto de personas naturales como de organizaciones e instituciones públicas. En algunos casos, los instrumentos llevaban años sin ser tocados debido a su deterioro; ahora, todos serán usados para hacer música, lo que de por sí es un aporte al sector cultural".



6. Agrupación Ars Vivendi (670-068)

La agrupación, mediante el proyecto Reactivando Culturalmente Desde Casa Nuestra Localidad Engativá, se propuso llevar nuevamente la cultura a los habitantes de la localidad con estrategias online de formación, gamificación y circulación. En el rubro de la formación se puso en acción la estrategia El Arte en Nuestras Casas, consistente en talleres centrados en las áreas de música y escritura creativa, que incluyeron dos conversatorios y una velada cultural en la que se mostraron los resultados, y en la que participaron los talleristas, artistas y asistentes. En el campo de la gamificación se realizó el festival online Hágalo en Casa, que mostró los productos de una serie de retos artísticos en redes sociales. Finalmente, se generó un espacio de circulación con la obra Celestino Amarillo, que fue presentada en el parque Los Ángeles, y posteriormente fue transmitida en formato digital.



La beca Es Cultura Local de Engativá no solo logró aportar un recurso económico a los artistas locales, mejorando así su situación en medio de la crisis, sino que gracias a este estímulo los artistas de varias disciplinas logramos articularnos en los componentes del proyecto y realizar una creación artística para toda la localidad. Dándonos recursos para hacer lo nuestro saldremos de esta difícil situación".



\$1.708'695.652
millones 
 invertidos desde lo local

 **48 estímulos**
 entregados a proyectos
artísticos y culturales

Suba
ES CULTURA

LO
CAL

2.533
 beneficiarios directos

295.357
 beneficiarios indirectos



SUBA

El desarrollo del programa Es Cultura Local permitió que en Suba se reactivaran las actividades de 30 agrupaciones y 18 microempresas culturales y creativas mediante el aporte de más de 1.700 millones de pesos para proveer apoyo económico, acompañamiento técnico y formación en habilidades empresariales y de emprendimiento.

Siendo la localidad más poblada de Bogotá, con más de 1'200.000 habitantes, Suba ha logrado consolidar un sector cultural amplio y diverso con más de 140 organizaciones culturales registradas y 39 equipamientos culturales que se vieron afectados como consecuencia de las medidas de restricción tomadas por la pandemia.

Los 48 ganadores encontraron apoyo para volver a realizar sus actividades, fortalecerlas y reactivar a varios actores más, gracias a los recursos entregados por el programa. Es Cultura Local les permitió desarrollar 48 proyectos de creación, 48 de producción, 29 de distribución, 24

de exhibición, 24 de comercialización y 34 de promoción de actividades, productos y servicios con los que se logró vincular a más de 200 microempresas y agrupaciones, lo que benefició directamente a más de 2.500 personas.

Además, más de 290.000 personas se vieron beneficiadas indirectamente al adquirir o participar en los resultados del trabajo de los ganadores, todos relativos a áreas culturales. Entre estas, las más representativas fueron doce de enfoque multidisciplinar, nueve de audiovisuales, siete de música, siete de arte, cinco de danzas y cinco de artes plásticas, que afianzaron el trabajo de actores culturales y creativos con experiencia, pero también abrieron la puerta a treinta ganadores (62%) que se beneficiaron por primera vez de un programa de estímulos distrital.



1. Son del Mundo Infantil (668-009)

La agrupación generó un espacio pedagógico y creativo de encuentro virtual en el que participaron sesenta personas entre docentes, madres de familia y cuidadores de la localidad. El propósito era que conocieran y desarrollaran un método de trabajo pedagógico y de construcción artística a partir de los lenguajes expresivos de la música, la narración, el teatro y la expresión literaria; la actividad lúdica fue el punto de partida. Este método didáctico les permitió jugar desde la casa y en el aula de clase con historias, canciones, narraciones y representaciones, conocer el mundo y hacer a niños y niñas más felices mientras aprenden. Se realizaron cuatro talleres de diez sesiones en modalidad virtual. Se buscó fortalecer este proceso de formación, con el fin de incentivar el desarrollo social y humano de la población infantil de Suba y de sus docentes, brindando un aporte a la reactivación social, cultural y económica.

“El proyecto se valió del juego como instrumento para conocer el mundo, transmitirlo a la primera infancia y hacer a niños y niñas más felices. Creó redes de intercambio laboral, artístico y pedagógico entre cuatro jardines infantiles de Suba, cien docentes y ocho beneficiarios directos, incluidos los integrantes del grupo Son del Mundo Infantil, que volvieron a trabajar artísticamente”.

2. Mónica Patricia Ortega (668-013)

Se propició la creación de Herencia Cultural y Patrimonio Ancestral (Alenai), una plataforma virtual para el aprendizaje de lenguas nativas nasa yuwe del departamento del Cauca y la lengua palenquera de San Basilio de Palenque, y que al tiempo dio a conocer su cultura y costumbres por medio de cursos digitales. Se rescató el patrimonio ancestral y se incentivó la comercialización de artesanías, vinculando a artesanos y artistas de la localidad para que pudieran generar ingresos con un espacio dentro de la plataforma de aprendizaje, que también funcionó como vitrina para mostrar y vender sus productos. La estrategia hizo parte del compromiso que tiene Alenai con la reactivación económica, y con el propósito de que estos artistas sean reconocidos en los ámbitos local, nacional e internacional.

“Estamos totalmente agradecidos por habernos brindado esta oportunidad de vincular a los artesanos de Suba, por tener en cuenta el proyecto Alenai y por darnos un lugar para compartir nuestros conocimientos ancestrales”.



3. Sirio Teatro (668-018)

El proyecto Cowork Teatral desarrolló una aplicación móvil cultural con el mismo nombre para dar a los grupos y artistas aliados un espacio donde visibilizar sus productos, con el propósito de hacer más rentable la economía cultural. Se vinculó a salas de teatro, grupos con espectáculos propios y espectadores para un intercambio cultural y económico por medio del sistema de recomendación, recompensa variable o economía circular, con el objeto de proveer una experiencia digital capaz de atraer, con herramientas tecnológicas, nuevos públicos interesados en el arte y la cultura.

“Es Cultura local fue una beca definitivamente importante para la reactivación del sector cultural, ya que permitió el surgimiento de proyectos, como el nuestro, que buscan un mejor futuro económico y cultural”.



4. Fabián Camilo Barrera (668-025)

El objetivo principal del proyecto fue la creación de un cortometraje que involucró al equipo técnico y artístico de la localidad, y que además acudió al uso de locaciones y espacios de grabación existentes en Suba. El corto sirvió para reactivar directamente el trabajo de quienes formaron parte del equipo técnico, los actores y demás personal de la productora Los Verdaderos Films.

“Este cortometraje impactó de forma positiva en la reactivación económica de la productora, ya que pudimos cubrir los honorarios de los aliados técnicos y artísticos, y, lo más importante, nos sirvió de impulso cultural, ya que, con la situación del país, el cine no tiene los suficientes recursos, y hacer películas es una labor titánica”.

5. Corporación Colectivo Errante (668-026)

El proyecto Tejiendo la Tribu buscó reactivar la casa cultural de la corporación con el fin de favorecer a diferentes colectivos artísticos. Resultaron favorecidas más de quinientas personas de la localidad mediante una oferta de talleres de formación, espacios abiertos para la práctica de artes escénicas y espectáculos profesionales de música y teatro. El proyecto fomentó la práctica del arte en la comunidad y se propuso retirar el velo intimidante del artista como alguien desvinculado de la realidad, para hacer accesible la experiencia del acto cultural a toda la comunidad. Se consiguió subsidiar la creación de talleres enfocados en proveer herramientas para la práctica de las artes y el desarrollo de valores comunitarios.

“La beca permitió fortalecer las relaciones humanas y creativas entre los grupos que sostuvieron la propuesta. Se desarrolló el proyecto de tal forma que la comunidad artística y el público tuvieron la oportunidad de reactivar el arte de su interés mediante talleres y espectáculos familiares. Así se creó un circuito económico favorable para los artistas y los espectadores de la localidad”.



6. Ecdysis Animation (668-028)

Gracias al desarrollo del proyecto, a este estudio de animación bogotano le fue posible la creación de videotutoriales que enseñaron a niños y jóvenes procesos de animación con un enfoque ecológico, para generar conciencia ambiental. Este contenido se ofreció de forma gratuita desde la página web de la iniciativa. Como complemento, se realizó un concurso para difundir mejor el proyecto y crear nuevas versiones del mismo, con el propósito de seguir contribuyendo a la industria creativa y cultural de la localidad y la ciudad.

“Nuestro trabajo se centra en la creación de contenido animado. Gracias a esta beca fue posible generar diez empleos directos durante cuatro meses y apoyar a artistas, realizadores y productores audiovisuales pertenecientes a la localidad. Asimismo, se buscó que todos los insumos adquiridos procedieran de empresas del sector, para contribuir a la reactivación económica de la localidad”.



7. Corporación Mono Dorado (668-039)

Se realizaron tres cursos online de producción de vídeo con dispositivos móviles, ilustración infantil y procesos de la realidad virtual, dirigidos a niños. Cada uno contó con un profesor residente en la localidad, especializado en cada área. Gracias a la producción de estos cursos se reactivó la economía del sector audiovisual, pues se ofreció trabajo a artistas de Suba en las áreas de medios audiovisuales, artes gráficas, nuevos medios y carpintería. Los cursos beneficiaron a niños de la localidad que pueden acceder al contenido de manera gratuita, y a niños de todo el mundo de habla hispana, que seguirán teniendo la oportunidad de ver los cursos en la página de la corporación.

“Es Cultura local fue una iniciativa excelente para ayudar al sector cultural y a la reactivación económica, porque permitió que grupos, empresas y colectivos pudiesen desarrollar proyectos artísticos de diferente índole, dando empleo a varios artistas que ayudaron a la concreción de los mismos”.

8. Abisal Colectivo (668-042)

El Taller Gráfico Abisal ofreció un proceso de formación en artes visuales orientado a artistas jóvenes de la localidad, organizó una feria gráfica barrial para la exhibición y venta de material gráfico y produjo un libro con ilustraciones y paquetes de stickers. Se otorgaron estímulos económicos a los participantes y se promocionó la obra de los artistas gráficos invitados a los espacios de exhibición y de quienes aportaron sus obras para la publicación. El proyecto impulsó el trabajo de artistas independientes de la localidad al ofrecer espacios de formación, exhibición, promoción y comercialización de su trabajo.

“Esta beca permitió dar continuidad a procesos de formación y creación que se vieron afectados por la emergencia sanitaria. Proporcionó recursos y medios para formular espacios y estrategias que nos articularon con artistas locales y permitieron la promoción y comercialización de su obra”.



9. Nuevo Joropo (668-043)

La propuesta de esta agrupación fue realizar en la localidad el Primer Festival Bogotá Llanero, que estimuló la creación de los artistas locales con un concurso para elegir a las agrupaciones participantes y la producción de una final en vivo con invitados especiales, transmitida digitalmente para toda la comunidad. La materialización de la memoria del Festival fue un trabajo discográfico que contó con la participación de los ganadores y los invitados. El evento permitió la reactivación de la industria cultural desde diferentes ámbitos, como la producción de audio, la visibilización de artistas creadores y la distribución de la música en plataformas digitales. Igualmente, se beneficiaron de las actividades espacios de circulación artística y cultural.

“Se reactivó el oficio de más de cincuenta artistas del gremio llanero y de quienes con su labor permitieron la realización de espectáculos culturales. Además, el trabajo de los músicos llaneros locales fue visible y reconocido en el ámbito nacional, lo que les abrió nuevas puertas y posibilidades laborales”.





10. Teatro por la inclusión (668-048)

La agrupación se propuso la promoción de hábitos de vida saludable entre la comunidad local mediante el teatro, la música, la danza, la pintura, la lectura, el yoga, el deporte y la gastronomía. Se promovieron y fortalecieron emprendimientos artísticos, culturales y comerciales de la localidad mediante dos ferias locales que dinamizaron el encuentro social y favorecieron el intercambio de bienes, servicios y saberes. Por medio de la promoción, también se generó memoria de las agrupaciones, de artistas, marcas comerciales, fundaciones y demás agentes, lo cual posibilitará el surgimiento de redes de trabajo productivo posteriores a las ferias. La comunidad quedó interesada en seguir afianzando alguna disciplina artística, deportiva o saludable, de modo que nunca está de más apoyar, impulsar y reconocer, dentro del ámbito laboral, el potencial del sector artístico de la localidad.



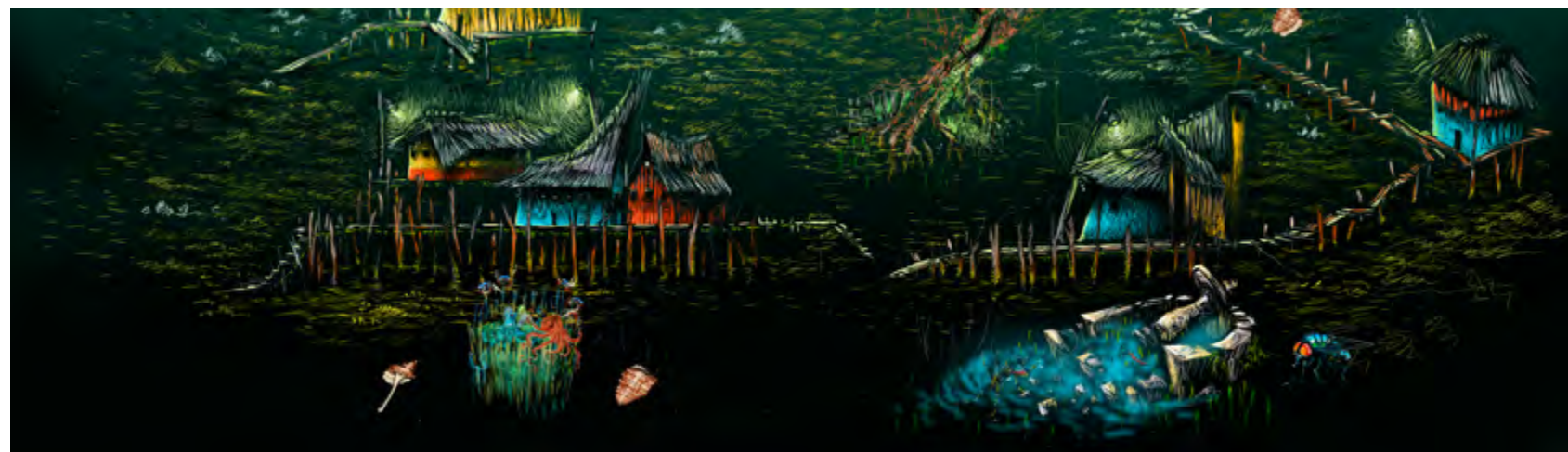
La beca estableció parámetros de ejecución y sugirió una distribución amplia de los recursos. Esto permitió que los proyectos se destacaran por sus buenas propuestas, que gestionaron y reencauzaron el presupuesto hacia diversos sectores, de modo que se fortalecieron prácticas culturales de encuentro social. Los proyectos ejecutados lograron la convergencia de ciudadanos alrededor de propuestas llamativas, lo que posibilitó la promoción de productos y servicios culturales, artísticos y deportivos.

11. Ramiro José Salgado Piñeres (668-049)

Entorno fue una estrategia transmedia que se desarrolló en una serie de cinco cortos documentales. El tema principal de estos productos audiovisuales fue la participación ciudadana como fuente fundamental de desarrollo sostenible durante la reactivación económica de la localidad y la ciudad. El proyecto tuvo como objetivo sensibilizar y mostrar que son más importantes las ganas de salir adelante que las limitaciones. El proyecto contribuyó a la reactivación económica de la industria creativa y cultural con la contratación y compra de productos y servicios necesarios en las diferentes etapas de la producción.



Esta beca aportó las bases para el desarrollo de un concepto y la distribución de un producto audiovisual. En otras palabras, ayuda a materializar las ideas del sector cultural.



12. Fundación Unimúsica (668-051)

El proyecto desarrollado por esta fundación buscó desarrollar y medir el impacto de una nueva herramienta pedagógica para que jóvenes de doce a dieciocho años de la localidad pudieran iniciar el aprendizaje de la música. De la mano de artistas, productores y programadores, se desarrolló el prototipo de un videojuego a partir de una propuesta educativa fundamentada en conceptos del constructivismo y el edu-entretenimiento. El prototipo combinó elementos sonoros y visuales del arte universal con preocupaciones sociales propias de la realidad colombiana. El aporte económico se dio mediante la contratación del equipo de desarrollo, y se espera que este sea el punto de partida para crear un producto local que pueda ser ampliamente difundido y comercializado entre instituciones educativas y estudiantes de la localidad y Bogotá.



Enseñar acerca de la música universal a través de imágenes y sonidos propios de nuestra realidad es uno de los logros inesperados de la propuesta. La fauna, flora y geografía del país son fuentes de inspiración inagotables para acercar el arte a estudiantes de todos los contextos de nuestra sociedad.



13. Pegante DC (668-063)

Esta productora de audio y plataforma de creación buscó proporcionar a artistas emergentes material audiovisual, gráfico y digital para que pudieran utilizarlo en su portafolio. A esto se sumó una estrategia de comunicación y capacitación que les permitió desarrollar, promover y monetizar sus proyectos. Se escogieron cinco bandas o solistas de la localidad, teniendo en cuenta su compromiso, recorrido, afinidad y coherencia con los objetivos de la propuesta. El enfoque se centró en proyectos emergentes que aún no tenían mucha visibilidad ni material gráfico y audiovisual, pero que realmente estaban comprometidos con sus proyectos. Para cada una de las bandas se desarrollaron live streamings, talleres de capacitación, talleres de identidad gráfica y corporativa, una sesión fotográfica y un electronic press kit (EPK).

“La tendencia mundial obliga a las bandas a migrar y aprender a monetizar y vender sus productos a través de las redes sociales y plataformas de streaming, como Spotify y YouTube. Para ello es necesario tener contenido de alta calidad y una estrategia de cómo utilizarlo; esto es exactamente lo que nuestro proyecto dio a los participantes”.

14. Acciper Nisus (668-066)

Se buscó fortalecer la economía cultural y creativa del barrio Santa Rita y sus alrededores por medio de actividades de formación, la creación de una batucada carnaval y el desarrollo de una galería artística para visibilizar y reactivar a los agentes, las agrupaciones y las microempresas culturales del territorio. Fueron involucradas, aproximadamente, trescientas personas. Estas personas, organizaciones y empresas se beneficiaron con espacios de formación en competencias culturales para generar nuevos empleos en esta rama. Asimismo, organizaciones y empresas de la localidad se beneficiaron de la compra de insumos y servicios para el desarrollo de la iniciativa.

“Gracias a los procesos de formación y creación generados por nuestra organización, los beneficiarios directos e indirectos han reactivado y resignificado su quehacer. Por otra parte, al comprar los materiales para ejecutar nuestra propuesta, contribuimos a la reactivación de la economía de agentes culturales y creativos de nuestro territorio”.



15. Colectivo Subarsivos Muralistas (668-068)

El colectivo abrió un espacio formativo dirigido a jóvenes que quisieran relacionarse o estuvieran involucrados con la creación, con el fin de fortalecer sus procesos de expresión artística a través del muralismo. El proyecto no solo comprendió la dimensión técnica, sino un concepto de apropiación de identidad como elementos pedagógicos al servicio de la comunidad, de modo que se propiciaran espacios de reflexión sobre el territorio. Este proyecto involucró a la comunidad juvenil y a actores sociales que se beneficiaron con una remuneración económica; así se apoyó la reactivación social de la localidad. Como producto final se realizó un mural en el Portal Suba de Transmilenio, basado en tres bocetos realizados por jóvenes que participaron en los talleres de muralismo.

“Reconocemos que este mural fue una gran oportunidad para que las nuevas generaciones de Suba pudiesen tener una ventana al pasado y enalteceran el legado muisca reflejado en su mito de origen”.



16. Raúl Camargo Pérez (668-070)

Con el propósito de reactivar ocho academias de capoeira y danza afro de la localidad se creó el Festival Capoeira Suba, que se llevó a cabo en dieciséis lugares de la localidad, con dieciséis etapas de shows interactivos de capoeira diseñados, desarrollados y exhibidos por las academias de esta disciplina que tienen su sede en la localidad, y que recibieron un incentivo económico por su trabajo. Se logró que estos actores culturales siguieran creciendo e incidiendo en la localidad con sus productos y servicios artísticos.

“Aparte del apoyo económico que significó el pago por nuestra labor en el Festival, pudimos hacer un gran trabajo de publicidad de los servicios de las academias. Esto permitió que llegaran nuevos clientes para disfrutar de nuestros servicios y nos dio trabajo durante el desarrollo del Festival”.

17. Corporeus Danza (668-090)

La propuesta Un Viaje por el Folclor Latinoamericano fue diseñada para reactivar la academia, lo que nos dio la posibilidad de abrir nuestros procesos a jóvenes interesados en formarse de manera integral. En el desarrollo del proyecto se dio trabajo a los maestros de la academia, para que pudieran superar las dificultades causadas por la pandemia. El proyecto permitió fomentar la danza folclórica nacional e internacional y dar a conocer las tradiciones culturales y folclóricas de los países latinoamericanos entre los niños y jóvenes de la localidad.

“La beca nos dio la oportunidad de brindar opciones laborales remuneradas al equipo de trabajo. Permitted no solo dictar clases, sino producir vestuario. Lo más importante fue que tuvimos un gran impacto en los jóvenes de Suba, que pudieron participar en nuestros procesos de forma gratuita. Ver lo felices que estaban fue muy gratificante para todo el equipo”.



18. Colectivo Artesanos de Suba (668-092)

El proyecto de este colectivo consistió en crear un festival artesanal y cultural en el que los treinta beneficiarios y artistas invitados tuvieron la oportunidad de salir nuevamente a una feria en la plaza Fundacional de Suba. Pudieron exhibir y vender los productos artesanales de sus emprendimientos para mitigar la falta de desarrollo comercial debido a la pandemia. El proyecto buscó incentivar la activación de las ferias artesanales en el sector y lograr un ingreso adicional para mejorar la calidad de vida de los artesanos. De igual forma, los artistas invitados al Festival tuvieron la posibilidad de mostrar nuevamente sus actos y recibir reconocimiento y una entrada económica. También se reactivó el comercio de suministros e insumos necesarios para la elaboración de las artesanías.

“El proyecto aportó la oportunidad de visibilizar nuevamente a los artesanos y artistas de la localidad y, al mismo tiempo, permitió que los beneficiarios tuvieran un espacio para vender sus productos y hacer alianzas estratégicas que en el futuro podrán generar ingresos más altos y constantes, lo que mejorará la calidad de vida del artesano y su familia”.



19. Alabanza Urbana Org (668-095)

La organización desarrolló una serie de actividades que vincularon a artistas y al público en el desarrollo de muestras y productos para la comunidad. Se integraron las modalidades artísticas de la escena hip hop, la danza y el tornamesismo, entre otras, para visibilizar a los actores culturales y creativos de la localidad. El proyecto tuvo una buena acogida en la comunidad, que motivó a los participantes en las actividades. El proceso fue enlazado con la fabricación de productos comercializables y la circulación de oferta artística, que significó un apoyo directo para la reactivación económica del sector cultural de la zona de la unidad de planeamiento zonal (UPZ) número 71 de Tibabuyes.

“Fue una gran oportunidad para poder seguir generando arte y conciencia en la población de nuestros barrios. A través de la música y los elementos de la cultura hip hop desarrollamos nuevos espacios, buscando una reactivación oportuna. La comunidad se integró y apoyó esta iniciativa. De esta manera alienta al colectivo en su propósito de perdurar en el tiempo”.

20. Corporación Casa de la Cultural Ciudad Hunza (668-096)

El propósito de la corporación fue contribuir a la animación de la vida de los habitantes de Cerro Sur de Suba, en Ciudad Hunza, para beneficiar a niños, adolescentes, jóvenes, adultos y personas mayores. Se trabajó en conjunto con organizaciones sociales, educativas, ambientales, artísticas y culturales en la realización de acciones con sentido que contribuyeron a reactivar la participación de artistas que habitan en el sector. Las actividades lograron que la comunidad se sintiera animada y acompañada en la tarea de sortear y vencer la incertidumbre por las consecuencias que trajo consigo la pandemia.

“Hoy Juan Carlos Ramírez, trabajador, artista y habitante del barrio La Manuelita desde hace más de treinta años. Fui beneficiario de la beca junto con otros abuelos de este barrio y sus familias. Participamos en el taller Que la Tulpa Viva y sentí que se nos dio la invaluable oportunidad de reencontrarnos para reencantar la vida”.



21. Jorge Andrés Castiblanco Acosta (668-099)

Con la creación del AID Humedal Fest se fundó un espacio para hablar sobre la defensa de los humedales de la localidad. Se impartieron talleres de creación fotográfica con cámaras hechas con materiales reciclados, talleres de tejido, de lenguaje y semilleros de guianza turística por los humedales de Suba. Estos espacios formativos confluyeron en una feria de emprendimiento y un festival artístico y cultural que incluyó presentaciones de bandas y puestas en escena que generaron reactivación económica, al adquirir los servicios y productos de sonido profesional, alquiler de carpas, insumos y materiales para la realización del festival. El despliegue logístico duró cuatro meses y contó con diferentes escenarios interdisciplinarios que abarcaron todos los sectores de la localidad: comercio, arte, cultura, medio ambiente, patrimonio, medios audiovisuales y creación de contenidos.

“Hoy, el cuidado de los ecosistemas locales reactiva la economía y da un valor mucho más grande y profundo a su protección, ya que en ellos se encuentra el agua, el alimento y la biodiversidad, pilares fundamentales de la vida y de la supervivencia humana”.



22. Corporación Movimiento Artístico, Cultural e Indígena (MACI) (668-100)

La Corporación creó la XI Bienal Internacional de Arte Suba con exposiciones virtuales y presenciales en un escenario móvil, con pantalla led de seis metros de alto, en el que se presentaron agrupaciones y artistas de diversas manifestaciones artísticas. Se seleccionaron veinticuatro artistas de la localidad para imprimir una de sus obras en objetos artísticos de colección, para darle vida a la marca Arte del Alma. Los objetos fueron difundidos en cada uno de los puntos visitados con el escenario móvil. Así se ayudó a la reactivación económica de las empresas y los proveedores, los grupos de danza, música, teatro y literatura, entre otros que se presentaron en los diversos eventos.

“La XI Bienal Internacional de Arte Suba significó un aporte para la reactivación económica de proveedores, personal administrativo y logístico y artistas que recibieron el pago por su labor. Asimismo, la beca permitió la visibilización, permanencia y dinamización de los procesos artísticos y culturales”.

23. María Camila Chávez Mariño (668-101)

El proyecto Eterno Retorno se propuso como un espacio de danza para ofrecer clases en los diferentes estilos de danza urbana, danza contemporánea e interpretación. Contribuyó a la reactivación económica al contratar a maestros del sector de la danza, los encargados del registro audiovisual y otros trabajadores independientes que participaron en el diseño y el estampado de mercancía como camisetas y tapabocas. Se activó el espacio Bears All Stars, donde se desarrollaron las clases. Como producto final se consolidaron creaciones de danza con diferentes grupos, que fueron grabadas en video y se promocionaron por canales digitales para mostrar lo que se logró en los procesos de formación.

“El proyecto abarcó diferentes lenguajes artísticos, lo cual convocó a la integración de servicios culturales. Tuvimos un espacio físico que se benefició por la asistencia de los estudiantes al Taller Eterno Retorno, y gracias a ello pudo reactivar sus labores. Además, los alumnos conocieron las actividades del gremio artístico”.



24. Enrique Mejía Umaña (668-108)

Mediante la ejecución del proyecto se crearon y montaron tres piezas de teatro de títeres y de actores que se presentaron en la calle, con una duración máxima de 15 minutos. Se hicieron treinta presentaciones en espacios públicos y comerciales con el fin de propiciar reflexiones sobre la situación desatada por la pandemia. Se propuso una mirada positiva de la situación y fue el espacio ideal para apoyar la reactivación de los espacios de comercio formal e informal.

“La exploración del teatro de títeres para ser puesto en escena en las calles fue una buena opción para llegar a la gente, ante la dificultad de hacer espectáculos presenciales, pues la reactivación de toda la actividad social se dará de manera escalonada, pero para el teatro de sala puede demorar mucho más”.



25. La Chimenea Cultural (668-110)

Aleteo-Transmedia fue una propuesta de ciencia ficción futurista que incluyó la producción de una serie web, un podcast, un periódico digital y un videojuego. Se propuso generar reflexión acerca de cómo será nuestro futuro si seguimos generando daño al medio ambiente, abusando de la tecnología y siendo individualistas. Este proyecto contribuyó a la reactivación económica de la industria cultural al contratar y pagar el servicio de realizadores audiovisuales, artistas escénicos, desarrolladores, diseñadores, promotores radiales y audiovisuales de la localidad.

“Es Cultura Local dio la oportunidad de trabajar en proyectos culturales en el campo de las artes, que muchas veces se realizan sin presupuesto. Financió procesos creativos que representan a la localidad y, por tanto, su énfasis fue el trabajo con artistas locales que generaron comunidad en los barrios”.

26. Fundación Performance Luz y Color (668-112)

Juntos por el Planeta: Transformando Material Reciclado en Piezas Únicas de Arte fue un proyecto que se desarrolló en el parque Los Elíseos, en el barrio San Cipriano, donde se organizaron encuentros con familias del sector. Se inscribieron 480 personas para transformar y reciclar, y para crear emprendimientos a partir de la transformación de materiales como el plástico, el cartón y el vidrio, entre otros. Durante la ejecución de la iniciativa desarrollaron, a la par, actividades artísticas, culturales y recreativas en el parque. Se produjeron artesanías, accesorios y elementos decorativos que sirvieron como insumo para la Feria Artística y Artesanal, organizada para visibilizar y comercializar los productos realizados con la comunidad.

“Es encantador todo lo que hace Idartes, pues da grandes apoyos a los artistas. Gracias a la convocatoria de Es Cultura Local pudimos seguir trabajando, porque los recursos llegaron en un momento muy difícil. Quisimos construir tejido social y logramos contribuir a la reactivación al generar veintisiete empleos directos”.



27. Colectivo Tanz (668-113)

El colectivo creó, promocionó y puso en circulación la obra La habitación propia. Fue una producción realizada por niños y jóvenes de la localidad que participaron en un laboratorio de danza ballet experimental en el que tuvieron un papel protagónico. Fue un proceso en el que se reflexionó sobre las experiencias personales vividas por cada participante en el confinamiento. Promovió la creación y el conocimiento colectivo, y estableció alianzas para promover la cultura e industria creativa de la localidad.

“Durante el tiempo de confinamiento, los artistas, que resultaron muy afectados, alcanzaron más resiliencia. Esta beca permitió la promoción y el fortalecimiento del colectivo y establecer nuevas alianzas para el desarrollo de una nueva mirada a técnicas experimentales. Así se generó mayor movimiento artístico en la localidad”.



28. Catherine Edith Flórez Ramírez (668-121)

Se promovió la creación, producción y comercialización de obras de quince artistas y agrupaciones en las áreas de música, danza y teatro. Se generaron trabajos audiovisuales de calidad utilizando la técnica de chroma, para que los artistas pudieran ser reconocidos en distintos ámbitos y comercializar sus productos finales. De esta manera fue posible ayudar a la industria cultural y atender la situación de distanciamiento social y la imposibilidad de realizar eventos masivos. A la vez, se reactivó económicamente la industria audiovisual, que se vio sumamente afectada, ya que las producciones pararon sus filmaciones por la pandemia. Finalmente, los participantes hicieron parte de una rueda de negocios en la que los artistas tuvieron la oportunidad de agendar citas de negocios con gestores y productores del medio para concretar proyectos, obtener guías y recomendaciones.



Esta beca ha dejado como aporte al sector cultural la creación de quince videos de alta calidad grabados en chroma, centrados en artistas de danza, música y teatro. Reactivó económicamente el sector audiovisual y a la vez aportó a los artistas un video de alta calidad visual, con una mirada profesional sobre sus actividades".

29. Edgar Darío Proaño Navas (668-127)

Con este proyecto se buscó promover la participación, el fortalecimiento, reactivación, dinamización e inclusión de los eslabones de la cadena de valor de la economía cultural y creativa de la localidad con la circulación de veinticinco actividades artísticas y conciertos, por medio del Festival Suba en Red Cultural 20/21. Las actividades se desarrollaron de forma presencial y virtual en transmisiones a través de distintas redes sociales y plataformas digitales.



En este festival se presentaron quince actividades musicales, cinco de literatura, tres de teatro y dos exhibiciones de artes plásticas. Se apoyó la reactivación con incentivos económicos y la adquisición de bienes y servicios, entregados a aproximadamente doscientos artistas de la localidad y a todo el equipo de producción del escenario de música en vivo Sound City".



30. Sonora Entretenimiento (668-129)

La Plataforma Sonora para el Fortalecimiento Musical de la Localidad de Suba se constituyó como un espacio que permitiera a artistas y gestores culturales desarrollar y formarse de cara a los retos de la industria musical, cultural y creativa. Este programa aportó a la cadena de valor de esta industria elementos útiles que les permitió a sus agentes acceder a un empleo digno, como parte de un plan de reactivación económica de las artes musicales. Este programa se preocupó por la consolidación de proyectos musicales caracterizados por su encauzamiento profesional, con talleres de formación sobre marketing, técnica, producción audiovisual, promoción en redes sociales y estrategias de comunicación, que dieron herramientas sólidas para que los artistas y gestores culturales pudieran consolidar y demostrar a la localidad sus propuestas, con el objeto de que fueran tenidas en cuenta en proyectos futuros que fortalezcan la industria.



El proyecto aportó, de manera integral, formación a los artistas y gestores culturales, gracias a lo cual pudieron desarrollar actividades y generar competencias en el medio cultural y musical. Como parte de la reactivación económica, se fortaleció la cadena de valor necesaria para la consolidación de esta iniciativa desde la logística, los aspectos técnicos, lo audiovisual, lo musical, el mercadeo, entre otros".





31. Jóvenes en Diversidad Activa (JEDA) (668-132)

La organización buscó visibilizar las prácticas artísticas y culturales de los sectores LGBTI por medio de performances transformistas en las que se exteriorizaron las problemáticas, las necesidades, aptitudes y cualidades del género femenino y masculino que habitan en los seres humanos. De esta manera se proporcionó entornos de respeto y conocimiento hacia los sectores poblacionales LGBTI, demostrando que son sujetos de derechos. Se apoyó la visibilización de los artistas y el reconocimiento monetario por su trabajo, se fortalecieron las performances para que pudieran darlos a conocer en otros espacios, se promovió la reflexión para enfatizar que todos somos seres humanos comunes y corrientes, y que algunos tienen como única diferencia una orientación sexual diversa.



Para las personas que realizan transformismo en la localidad es importante generar procesos de visibilización y reconocimiento de su trabajo, ya que, al ser un arte no reconocido entre la población en general, las ofertas laborales artísticas son mínimas. Por ello es importante aprovechar cada trabajo u oportunidad para crecer profesional y laboralmente”.

32. Sergio Aníbal Vargas Barrero (668-135)

De la mano de la Agrupación Teatral Ori Ru se realizó la Temporada de Teatro Colombiano, compuesta por dos obras llevadas a escena: Las convulsiones y La maestra. Resultaron beneficiados más de veinte artistas en todas las ramas con la producción y puesta en circulación de las obras, y se logró una asistencia de aproximadamente cuatrocientas personas durante las diez funciones de la temporada. El evento incluyó una estrategia digital para fortalecer el proceso con una campaña en redes sociales, la elaboración de videos como piezas promocionales y la exhibición gratuita de las obras en formato digital por tiempo limitado.



Hacer un montaje de calidad requiere un trabajo extenso y una precisión milimétrica en la producción. En nuestro caso fue necesario contar con los servicios de músicos, artistas plásticos y entrenadores de actores. No hubiera sido posible realizar este trabajo sin un estímulo económico”.



33. La Hicotea & Claroscuro (668-140)

Con el proyecto Taller Impresión al Sol: Antotipia y Clorotipia se decidió mirar con otros ojos la flora local, buscando entender cómo en la ciudad las artes han generado un tipo de relación con las plantas que no solo atiende a su aspecto visual, sino también a su significado, y cómo este se adapta a la dinámica de la cotidianidad. Partiendo de ello, las agrupaciones Hicotea y Claroscuro desarrollaron en conjunto talleres de impresión al sol sobre bases vegetales como hojas de árbol. La antotipia es una técnica de impresión fotográfica en la cual se extrae el tejido vegetal para obtener una emulsión fotosensible que genera imágenes al exponerse a la luz solar, y la clorotipia es una técnica de impresión que se realiza sobre el tejido vegetal. El Taller de Impresión al Sol generó una dinámica que apoyó a trece proveedores del material para los kits educativos repartidos entre las 45 personas que participaron en los talleres.



La educación artística como catalizador de actividades en artes visuales permitió, durante el contexto de la pandemia, abrir una posibilidad de educación virtual y presencial con la que se reactivó el sector de las materias primas necesarias para la realización de los talleres”.





34. Tercer Piso Danza (668-145)

Se creó una obra de danza contemporánea a partir del texto literario Momo, del escritor Michael Ende, con herramientas de teatro, títeres y artes plásticas, apta para todo tipo de público, que se presentó en espacios no convencionales, como canchas, parques y fundaciones. La obra permitió que la población se beneficiara de un acto artístico que propició espacios de encuentro y reflexión en torno al arte. De igual manera, por medio del montaje se logró el propósito de difundir, a escala local y distrital, la danza contemporánea, y específicamente esta rama de la danza. Los recursos económicos aportados por la beca se distribuyeron entre diferentes agentes de la localidad, como misceláneas, ferreterías, tiendas de tela, tiendas de pintura, y en el pago a personas que contribuyeron a la realización de la obra.

“Crear en medio de la situación social en que vivimos es un acto de resistencia, de esperanza, y una postura que afirma la vida en medio de la adversidad. Producir la obra y movilizarla por la localidad activó a diferentes agentes comerciales y artísticos de Suba”.

35. Teatro de Títeres La Triada (668-148)

La agrupación realizó la obra de títeres Valentino, el defensor de los vecinos. A cada presentación siguió un conversatorio que partía del argumento de la obra para reflexionar sobre nuestro comportamiento social. La obra estuvo dirigida a funcionarios públicos, organizaciones sociales y la comunidad en general. Paralelamente a las funciones y conversatorios se hizo el montaje de la obra El zorro y el cuy y un ensayo con público. La ejecución de este proyecto reactivó la actividad económica de la agrupación y posicionó la creación teatral de títeres. Además, fue una vitrina para el oficio en la localidad y el distrito.

“Con la beca otorgada se dio continuidad a nuestros procesos culturales con el propósito de transmitir educación y reflexión sobre conductas sociales, con el objeto de contribuir a mejorar la sociedad. En cuanto a la actividad económica, el efecto se vio reflejado en los ejecutores del proyecto, quienes se vieron estimulados a la creación de nuevas obras”.



36. Babelgam (668-153)

Con el fin de activar los eslabones de la cadena de producción, la agrupación se propuso realizar una producción discográfica y audiovisual titulada Zeta once, que contó con la participación de varios músicos y agentes locales. Con la producción del álbum se apoyó el trabajo de diez músicos de la localidad, además de los cinco miembros de Babelgam, y se beneficiaron directamente veinte personas que hicieron parte de la producción, el diseño y promoción del producto, que con once temas rinde un homenaje a Suba (localidad número 11 de Bogotá).

“La beca Es Cultura Local nos permitió brindar recursos a muchas de las personas que participan en una producción musical y llegar a nuevas personas de la localidad que habitamos”.





37. Jhon Alexander Molano Márquez (668-155)

Se realizó un video mapping en tres jornadas de proyección sobre la fachada de la Alcaldía Local. El producto visibilizó las violencias contra las mujeres mediante una propuesta estética y audiovisual que generó alto impacto y recordación. Para la elaboración de la pieza se hizo un levantamiento de información entre mujeres lideresas de la localidad y se construyeron las piezas con el apoyo de un equipo interdisciplinar que dio forma al producto final. El componente de reactivación económica se logró con la inclusión de un equipo interdisciplinar del sector cultural que requería este tipo de vinculaciones para producir y dar a conocer su trabajo.

“El producto audiovisual se armó con el trabajo de profesionales del sector cultural. Su puesta en marcha y ejecución requería la vinculación de bienes y servicios que forman parte de este sector. Se consolidó como una apuesta innovadora, que abrió mercado y oportunidades laborales para quienes participaron y colaboraron en cada una de las fases del desarrollo de la propuesta”.

38. Johann García Fernández (668-179)

Se pudo dar continuidad a los proyectos de una productora de contenidos que habían quedado pausados debido a los inconvenientes generados por la pandemia. Se brindó oportunidades de trabajo a diferentes artistas de los campos de la ilustración y la literatura, y también a pequeños y medianos productores de mercancías relacionadas con el emprendimiento para desarrollar la propiedad intelectual de personajes de ficción con los que luego se desarrollan proyectos de cómics, videojuegos, animaciones, juegos de mesa, cuentos, figuras de colección, ropa y mercancía en general. Asimismo, se fortaleció el taller de producción con la compra de maquinaria e insumos a distintas empresas distribuidoras.

“El sector cultural fue uno de los más golpeados por la pandemia. Gracias a la beca Es Cultura Local, reactivamos nuestros proyectos y abrimos nuevos espacios, como una convención para artistas independientes en la que presentamos cómics, libros, videojuegos, películas y muchos proyectos más al público asistente y virtual”.



39. Hotel B Producciones (668-186)

El proyecto Suba Filma se desarrolló como una convocatoria de proyectos de cortometraje que atrajo más de setenta proyectos, diez de los cuales se premiaron con un incentivo económico y asesorías en temas de producción fotográfica, edición de sonido, producción y elaboración de guion. El proyecto, que benefició al sector audiovisual de la localidad, propició la finalización de los diez cortometrajes, que tuvieron un estreno virtual y fueron promovidos mediante una estrategia digital.

“Esta beca fue importante porque no solamente reactivó la producción de cortometrajes, en los que todos los departamentos de creación y producción pudieron participar, sino que también posibilitó la capacitación de las personas vinculadas a las realizaciones”.





40. Cristian Fernando Camelo Samacá (668-193)

En el proyecto Entre Versos y Garabatos, un laboratorio plurisensorial con primera infancia, se contemplaron tres fases que contribuyeron a la activación del sector y a la reactivación económica de la localidad. La primera fase fue un proceso de creación de contenidos dirigidos a la primera infancia, cuidadores y familias. La segunda fue la creación de una serie de laboratorios y un festival con la comunidad, donde los contenidos creados en la primera fase fueron circulados. Y, por último, la tercera fase estuvo dirigida a la sistematización del proceso, cuyos resultados se pusieron a disposición de los interesados en la web de Yaguareté Colombia. Se promovió la investigación de los procesos en torno a las artes, la poesía y la educación, y para contribuir a la reactivación económica se respondió a la necesidad de contar con servicios profesionales para sacar adelante proyectos enmarcados en las artes escénicas y musicales.

“Es Cultura Local fue un estímulo importante para continuar procesos de investigación y creación de contenidos con el propósito de reconocer el trabajo previo de los proponentes. Adicionalmente, permitió la reactivación de las presentaciones presenciales, con las que se puede llegar a públicos con escasas posibilidades de acceso a internet. También contribuyó a conocer directamente los procesos, opiniones y necesidades de la comunidad de primera infancia y sus cuidadores”.

41. Re Makia (668-197)

Entrepertes fue una iniciativa que mediante el arte urbano buscó generar una conversación sobre el daño ambiental de que ha sido objeto el humedal Tibabuyes. Fueron convocados veinticuatro artistas urbanos para que, desde su perspectiva, crearan individualmente un lienzo sobre la situación del ecosistema hídrico. El resultado de las intervenciones se sumó a un esquema artístico de gran formato en el que se unieron las diferentes creaciones de los artistas convocados.

“La intervención de personas interesadas en conversar críticamente sobre el daño ambiental que ha sufrido el humedal Tibabuyes enriqueció la forma como la gente ve el graffiti y posicionó esta modalidad de arte en la agenda pública de la localidad”.



42. Ediciones Vestigio (668-199)

La editorial creó el andamiaje para la producción e impresión de tres libros: uno de una autora de la localidad, uno latinoamericano y una traducción. Todos fueron hechos en conjunto con artistas locales que realizaron las ilustraciones de las publicaciones. Cada uno de los libros fue acompañado de un trabajo de difusión en lanzamientos y talleres organizados en conjunto con los autores.

“Gracias a esta beca, nuestro equipo editorial pudo trabajar con un excelente grupo de ilustradores de la localidad y con una empresa pequeña de impresión para producir tres libros. Además, organizamos una serie de lanzamientos y talleres de escritura y seguridad digital, en los que participaron profesores y talleristas de primer nivel, para promover la cultura y la escritura entre los interesados”.



43. Colectivo The South (668-205)

El colectivo desarrolló el proyecto Zhuba: Mi cara, mi Rostro, mi Flor, que fortaleció los procesos musicales de la localidad, y de este modo ayudó a la reactivación de la actividad musical, que debió suspenderse por la emergencia sanitaria. La iniciativa planteó como objetivo central realizar la grabación, mezcla y masterización de un mixtape llamado Zhu-ba: Mis raíces. Posteriormente se realizó la fase de circulación, con el propósito no solo de difundir el trabajo, sino de acercar a los artistas y el público en torno al resultado del proyecto, para lo cual se empleó una estrategia digital que incluyó diferentes medios virtuales.

“La beca Es Cultural Local brindó la posibilidad de reactivar el sector musical mediante la creación de espacios de encuentro virtuales entre artistas locales y el público. Así fue posible visibilizar el capital artístico presente en Suba y apoyar la cadena de valor de la música”.

44. Corporación Casa de la Cultura Juvenil El Rincón (668-209)

El proceso realizado por la corporación estuvo enfocado en revitalizar y reactivar social, cultural y económicamente a las personas mayores que ven en la danza una forma de vida. El desarrollo de la propuesta estuvo dirigido al desarrollo de cuatro actividades: la creación de dos montajes colectivos que circularon en la localidad, el desarrollo de procesos de emprendimiento en diseño y confección de trajes típicos, la realización de una rueda de negocios en la que se reconoció la oferta de servicios y productos del Festival Patrimonial Suba de Antaño, y la impresión de un libro en el que se expuso el brochure de cerca de veinte agrupaciones de danza de personas mayores que participaron en el proceso.

“Se respaldó a las personas que hacen parte del Festival y se pusieron en venta y circulación los productos. Fue posible reavivar el ser de cada una de las personas adultas mayores que hacen parte del Festival Patrimonial Suba de Antaño”.



45. Víctor José Medina Achury (668-211)

El proyecto consistió en la creación de productos audiovisuales, en diferentes formatos, para artistas de diferentes estilos musicales: música clásica, música barroca, rap y jazz, entre otros. Además de darles material y herramientas prácticas, y de visibilizar su labor, se realizó una serie de talleres en los que se expusieron herramientas útiles para el manejo de redes sociales y la creación de piezas gráficas para beneficiar a los músicos. El proyecto contó con la colaboración del Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo y de otro proyecto beneficiado del programa Es Cultura Local: Arca Suba 2021.

“El proyecto apoyó la reactivación económica con la compra y alquiler de equipos a diferentes eslabones del ecosistema cultural y musical. Así, se adquirieron equipos de grabación, se alquilaron instrumentos musicales y equipos para streaming, se contrataron servicios de carpintería, alimentación y bebidas, además de talleristas, capacitadores y personal técnico”.





46. Alto Café El Anónimo (668-215)

La propuesta giró en torno a los ejes pedagógico, cultural y artístico, y se enfocó en la reactivación del sector cultural de la localidad para garantizar el fortalecimiento de esta sala de conciertos y permitir su transformación en un centro cultural. Se promovió el trabajo de artistas emergentes de Suba con actividades como talleres, charlas, entrevistas y conciertos, que unificaron diversos eslabones de la cadena de valor de la industria creativa.



Esta iniciativa apoyó al sector cultural posibilitando la generación y gestión de espacios para la creación, producción y exhibición de experiencias artísticas que venían enfrentando dificultades por la pandemia. Su aporte a la reactivación económica consistió en potenciar e impulsar el sector cultural de la localidad".

47. Andrea Paola Martínez Mora (668-228)

Suaz Amisqua fue un proyecto conformado por un documental audiovisual que revivió memorias de lugares emblemáticos de la localidad, y un largometraje multidisciplinar en el que, mediante las artes escénicas, se sacaron a la luz las reminiscencias de un pasado viviente en las memorias del agua, la tierra, el aire y el fuego del territorio. La obra invocó las múltiples voces de lo sagrado, los elementos, lo femenino, los ancestros y la sabiduría oculta, e inspiró el resurgir de los valores espirituales y humanos. Con el proyecto se beneficiaron directamente tres entidades de la industria creativa de Suba y, entre beneficiarios directos e indirectos, alrededor de 110 personas; además, se llegó a un público de aproximadamente mil personas.



Es Cultura Local fue una gran oportunidad para que diversas industrias creativas de Suba se reactivaran cultural, social y económicamente mediante el apoyo brindado a sus proyectos artísticos en el marco de las necesidades de la localidad y de la población objetivo. Los proyectos impulsaron la reactivación de artistas, gestores y productores, entre otros profesionales vinculados de manera directa e indirecta con el proyecto".



\$1.551'086.956 millones  invertidos desde lo local

 **38 estímulos** entregados a proyectos **artísticos y culturales**

Barrios Unidos
ES CULTURA

LO 
CAL 

1.323
beneficiarios directos

75.077
beneficiarios indirectos



BARRIOS UNIDOS

Barrios Unidos fue una de las localidades que se integraron al programa Es Cultura Local y que recibió estímulos por más de 1.500 millones que terminaron beneficiando a 38 actores culturales. De esta manera fue posible reactivar el sector con apoyo económico.

El auxilio fue fundamental para reactivar el sector cultural y creativo de Barrios Unidos, que recibió un gran golpe por la pandemia. En la localidad, que cuenta con 23 equipamientos culturales, que representan el 4% de los existentes en Bogotá, y donde se encuentra un distrito creativo, en el Barrio San Felipe, hay más de 1.900 empresas y 89 agrupaciones que desarrollan actividades culturales o artísticas.

Con el desarrollo del programa Es Cultura Local, 30 microempresas y 8 agrupaciones tuvieron nueva fuerza para reactivar sus labores en un variado número de áreas culturales. Las más representativas fueron 10 propuestas multidisciplinares, 9 de artes plásticas, 6 de música, 4 de literatura

y 3 de danzas, por intermedio de las cuales fue posible beneficiar directamente a 116 microempresas y agrupaciones.

Las becas de Es Cultura Local se distribuyeron en los diferentes eslabones de la cadena de valor, así: 26 para creación, 27 para producción, 24 para distribución, 23 para exhibición, 26 para comercialización y 19 para promoción.

Asimismo, más de 1.000 personas se vincularon a los proyectos y recibieron recursos económicos como parte del desarrollo de actividades, y otras 4.400 se vieron beneficiadas indirectamente al participar en las actividades, o adquirir los productos o contratar los servicios de algún modo relacionados con los proyectos. Vale la pena destacar que 26 de los ganadores, es decir, la mayoría, participaban por primera vez en una convocatoria distrital.



1. Imán Music (672-005)

Con el desarrollo de diez capítulos de podcast, la microempresa, gracias al proyecto CREATIVA Podcast, que se valió de expertos en el tema, pudo explicarles a quienes empiezan su carrera artística cómo vivir de su trabajo en áreas como la danza, la literatura, las artes plásticas, la animación, la coproducción y la locución. La serie alcanzó más de seiscientos reproducciones a lo largo de la ejecución de la beca, y permitió no solo visibilizar las distintas entidades que están trabajando en los diferentes campos artísticos, sino instruir a profesionales, estudiantes y aficionados en cómo desenvolverse en el mundo del arte. La serie benefició directamente a veintisiete personas que trabajaron en la producción y promoción del podcast.

“Cada capítulo del podcast es una charla de más de una hora con profesionales de altísimo nivel que aconsejan a la gente cómo ser un artista profesional. Los invitados explican y comparten sus conocimientos y experiencias sobre posibilidades de becas de creación, convocatorias o cómo conseguir trabajo. En una época difícil para el arte, nos pareció interesante que el podcast se enfocara en el tema de cómo viven los artistas completamente de su profesión”.

2. Muysk (672-006)

Como microempresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de platillos para baterías, bandas y orquestas, Muysk dedicó los recursos de la beca para reactivarse económicamente mediante la adquisición de materia prima para fortalecer la creación de sus productos. Para cumplir sus metas, desarrolló alianzas estratégicas con el objeto de garantizar la asequibilidad de sus productos. De esta manera fomentó el crecimiento de la industria musical, la circulación y la comercialización de platillos musicales colombianos en la localidad, con el fin de promover el legado de la metalurgia prehispánica, la práctica de la música, la luthería, y también con la intención de romper el prejuicio de que los productos nacionales no pueden competir con los importados.

“La beca estimuló la reactivación de la única fábrica de platillos musicales de Colombia y Latinoamérica. Esto permite que el sector de instrumentos musicales se vuelva más dinámico, más competitivo y pueda ofrecer mejores productos a los músicos”.



3. Fundación Teatro Musical Latinoamericano (672-007)

Con el desarrollo de la estrategia Colección Canción Infantil Colombiana, la fundación pudo dar continuidad a una colección editorial especializada en canción infantil colombiana, con la edición y publicación del libro A la una la laguna, del autor Jairo Ojeda, e ilustrado por Óscar Soacha. La publicación incluyó ilustraciones inéditas, contenido musical en CD (con acceso adicional en línea), partituras, textos complementarios y actividades para realizar con cada canción. Los recursos obtenidos con su comercialización permitirán costear varias labores creativas de los próximos libros de la colección.

“La producción de un libro impreso como este, de canción infantil, contribuye a la reactivación económica, pues remunera la labor del autor, el editor, el ilustrador, los músicos, el diagramador y el diseñador gráfico, además de quienes participan en las labores de impresión y de la cadena de librerías que lo distribuyen como objeto cultural”.





4. Leonel Humberto Fonseca Galeano (672-012)

Con el apoyo de Melaká Art Galery se desarrolló el proyecto Muykita Campo de Labranza, una propuesta que apostó por la reactivación del sector cultural abarcando ejes fundamentales del sector, como la formación, producción, circulación y comercialización de productos enfocados en las artes plásticas y visuales. Se realizaron ocho talleres de formación y producción de obras artísticas mediante técnicas como el grabado, la cerámica, el video, la pintura, el uso de materiales no convencionales y el dibujo, que sirvieron de insumo para la comercialización de las obras producidas, en cuatro exposiciones virtuales y una exposición presencial llamada "Expo Feria Muykita".

La ayuda de la beca, aparte del dinero útil y necesario para la ejecución del proyecto, aportó una estricta regulación en la aplicación de los recursos. Aseguró, de manera amplia, que el estímulo no tomara rumbos diferentes al estipulado en la propuesta. Gracias a ello se garantizó que la reactivación económica del sector cultural, motivo principal de la beca, se cumpliera de la mejor forma posible".

5. Resplandor Editorial (672-018)

Con la ejecución del proyecto, la editorial garantizó la edición, publicación y distribución del libro En tiempo real, una antología de cuento colombiano que presenta un panorama de este género en Bogotá. La publicación contiene obras de siete autoras provenientes de los talleres de escritura creativa de Idartes realizados en la localidad y seis autores con una trayectoria consolidada con premios y publicaciones en el ámbito nacional. Además de este estímulo a la creación en la localidad, se fortaleció la cadena de creación, producción y promoción de la editorial en lo que respecta a estrategias de distribución y comercialización del libro, para enfocarse en la reactivación económica de otros agentes culturales de la localidad.

En tiempo real: Antología del relato bogotano actual busca visibilizar a nuevos autores provenientes de la Red de Talleres de Escritura del Idartes, que comparten páginas con escritores de reconocida trayectoria local y nacional. Esta iniciativa apoyó la reactivación económica de la localidad mediante la contratación de empresas y personas que viven en las unidades de planeamiento zonal de Barrios Unidos".



6. Mujeres Tejedoras de Barrios Unidos (672-025)

Con el propósito de fortalecer los emprendimientos de tejidos hechos a mano, la agrupación realizó el proyecto Tejiendo Cultura como una propuesta dirigida a la reactivación económica de un grupo de mujeres, en su mayoría cuidadoras, con un ingreso económico por su trabajo realizado en artes manuales, con o sin agujas, como el punto ganchillo, la urdimbre y la trama. Estos emprendimientos informales, realizados en casa, son fuente de ingreso para ellas y sus hogares. Además, recibieron apoyo económico para la adquisición de insumos y materiales para la elaboración de sus productos, lo que benefició indirectamente a proveedores locales.

Esta beca contribuye al sector cultural y a la reactivación económica de manera significativa. A partir del recurso recibido se pudo fortalecer la labor manual de las mujeres financiando la compra de insumos para desarrollar el emprendimiento cultural desde casa. Aparte de recibir un pago individual por aprender, queda la satisfacción de promover el reconocimiento de las artes manuales como parte creativa de la cultural local".





7. Proyección Films (672-078)

La microempresa audiovisual desarrolló una nueva línea de negocio de producción virtual para potenciar la creación audiovisual. Con este propósito se creó una serie pedagógica para acercar esta novedosa técnica al público con tutoriales y videos explicativos dirigidos a la comunidad de la localidad, a los que se puede acceder de forma gratuita y permanente. Se puso énfasis en los procesos formativos, en explicar las herramientas y facilidades del programa Unreal Engine como espacio de producción virtual que permite crear una producción diseñando personajes y ambientes para usarlos directamente desde la herramienta digital.

“La localidad tiene muchos talentos. Al acercar este talento a las herramientas de producción virtual, no tardaremos en ver los frutos de los espacios de formación con personas y empresas encontrando oportunidades de negocio en un mundo que está creciendo a pasos exponenciales”.

8. Erika Marcela Pereira Miranda (672-031)

En conjunto con la galería Casa Dmente se desarrolló el proyecto Unidos por el Arte, dirigido a la reactivación de los artistas emergentes de la localidad. Por medio de una convocatoria se eligieron treinta artistas emergentes de la localidad a quienes, mediante una capacitación, se les brindó las herramientas necesarias para presentar sus proyectos artísticos a la industria cultural. Asimismo, se les dio un espacio y asesoría para que construyeran una obra en común, que fue expuesta, junto con las obras individuales de los artistas, en la galería durante un mes. En ese tiempo se logró la difusión de esas obras y la venta de algunas de ellas, que seguirán expuestas en la página web de la galería.

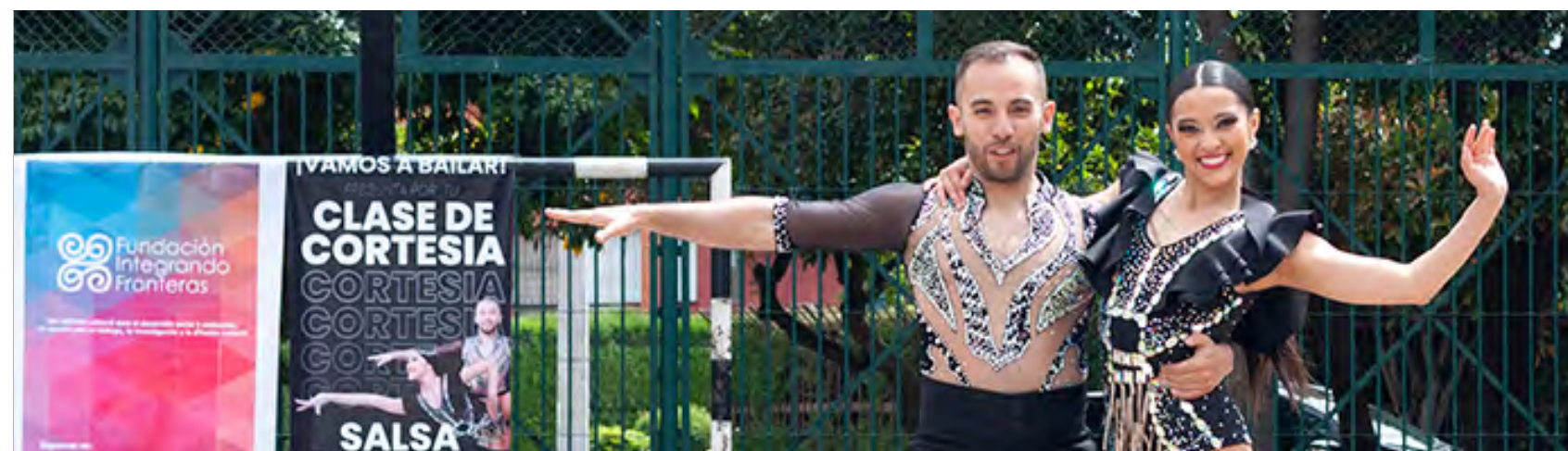
“La beca Es Cultura Local apoyó al sector cultural y contribuyó a la reactivación económica de sus agentes ofreciendo los recursos necesarios para la realización de grandes propuestas culturales que, debido a la pandemia, habría sido imposible autogestionar. Asimismo, ayudó a formar a agentes culturales y a seguir en la labor de crear cultura en nuestra localidad”.



9. Fundación Integrando Fronteras (672-032)

La fundación desarrolló el proyecto El Salón Virtual de la Danza, compuesto de varias fases, para difundir la oferta de la danza en la localidad de Barrios Unidos. Una de las acciones que se llevaron a cabo consistió en abrir espacios de circulación de las propuestas escénicas de danza. Esto permitió que los residentes de la localidad conocieran las agrupaciones de danza del sector y reconocieran su desarrollo escénico. Los espacios de circulación, además, hicieron posible el pago de los bailarines. Otra acción que se realizó fue difundir los bienes, productos y servicios de la danza para visibilizar los procesos de formación, la puesta escénica creativa y los productos de promoción comercial directamente relacionados con esta área cultural.

“Esta beca fue importante para el sector cultural porque permitió dar a conocer toda la oferta dancística que existe en la localidad. Las muestras de danza y los talleres que se realizaron fueron de gran importancia, no solo porque se le pagó a cada uno de los artistas por sus servicios, sino porque los espectadores se dieron cuenta de que no necesitan trasladarse a otras localidades de la ciudad para disfrutar de la danza”.





10. María Camila Mosos Castro (672-034)

Con el proyecto Cambiando el Mundo a Cada Paso se lanzó la primera colección de zapatos elaborados con neumáticos recuperados bajo la marca Revolución Urbana. Se visibilizaron las obras de veintitrés artistas locales que participaron para establecer el diseño de la colección, de los cuales tres recibieron un aporte monetario. Se diseñaron y fabricaron 64 pares de zapatos a partir de 40 kilos de neumáticos. Con esto se alarga la vida útil de este material y se evita que llegue a los rellenos sanitarios de la ciudad, al tiempo que se reactivan diferentes sectores económicos relacionados con la moda, como comercios y microempresas de la localidad que participaron en la ejecución de la iniciativa de producción y comercialización.



Más allá de lograr una reactivación económica momentánea con el desarrollo del proyecto, se lograron establecer lazos de cooperación a largo plazo e integrar sectores que pocas veces se comunican entre sí. Es interesante descubrir la oferta que tiene Barrios Unidos en productos y servicios y cómo es posible completar toda la cadena de producción de un proyecto en una misma localidad".

11. Fundación Dance Center Bogotá (672-046)

Con la propuesta Ballet para Todos, la fundación impulsó y desarrolló un curso intensivo de tres meses para veinte niñas de entre ocho y once años, con el fin de enseñarles ballet y danza urbana desde el nivel más básico. Las participantes pertenecen a la población vulnerable de la localidad de Barrios Unidos. El proyecto significó un apoyo a los padres de familia que no tienen facilidades económicas para hacer que sus hijas emprendan en algún tipo de actividad artística, dinámica y recreativa. Igualmente, esta iniciativa permitió, de una forma intensiva, la reactivación económica de maestros, productores de medios y restaurantes de la localidad.



Este proyecto significó un apoyo cultural a gran escala, ya que veinte niñas se vieron favorecidas con un programa impecable, con refrigerios, vestuario y una transmisión de las actividades que tuvo un buen impacto en la localidad y el gremio cultural y educativo en general. Esta propuesta levantó una academia que cuenta con 130 alumnos, pero que por la pandemia estaba al borde de la quiebra".



12. Colectivo Gato Negro (672-047)

El colectivo desarrolló el proyecto Barrios Unidos con la Música para fortalecer procesos de creación, producción, promoción y exhibición del sector cultural. Se propició el uso de los equipamientos culturales de la localidad con actividades que incluyeron talleres de formación musical y de fabricación de instrumentos, laboratorios de creación musical, producción y grabación de canciones originales, y tomas artísticas de grupos musicales y algunos de los participantes en los talleres. Esta propuesta apoyó la reactivación económica del sector al vincular de forma activa a agentes culturales como personas vinculadas a los espectáculos, músicos y profesores de música. También favoreció la reactivación de establecimientos y equipamientos culturales, como salas de ensayo, casas de la juventud y salones comunales.



La presente propuesta contribuyó a la activación económica del sector artístico de la localidad de Barrios Unidos, en la medida en que fue un proyecto que vinculó a diferentes personas, agrupaciones y equipamientos culturales con la realización de diversos talleres musicales y una toma artística".



13. G&Lum (672-051)

La microempresa realizó el proyecto Barrios en Vivo/Arte Unido para revitalizar los espacios del centro cultural Casa Valhalla. Convocó diversas expresiones relacionadas con el mundo artístico para incentivar procesos que fueron compartidos con una audiencia interesada en el arte. Con la creación, la exhibición y la generación de espacios participativos para adquirir habilidades aplicables a nuevos emprendimientos, este proyecto se dio a la tarea de abrir las puertas de la casa para involucrar a artistas, público y realizadores con el propósito de enriquecer la escena cultural local con eventos de danza y música, pequeñas piezas de danza que son el resultado de residencias y semilleros de flamenco, y la realización de eventos con charlas para fortalecer los emprendimientos artísticos.

Es Cultura Local es una iniciativa indispensable porque demuestra interés y un esfuerzo tangible de apoyo de la Administración Distrital para mantener con vida el entorno cultural local en medio de la situación de crisis sanitaria actual, un entorno cultural que para poder expandirse e incluir a la ciudadanía necesita fortalecerse en términos productivos.

14. Bogorap (672-053)

Con el proyecto Hip Hop Barrios Unidos, el colectivo quiso integrar y reconocer a los diversos agentes culturales que trabajan con el hip hop. Se realizaron tres encuentros de freestyle en los que emprendedores locales tuvieron la oportunidad de exponer y comercializar sus productos. El espacio generó acuerdos de negocio entre artistas y gestores. Además, la comunidad, dejando de lado los prejuicios hacia el hip hop, se acercó y vivió de cerca estas experiencias propias del movimiento. Complementariamente se realizó una compilación de rap de Barrios Unidos y un videoclip que contó con la participación de catorce maestros de ceremonias, dos productores, cinco músicos locales, un artista visual y aliados que participaron en la producción logística.

Bogorap es un proyecto que, la verdad, me gusta muchísimo. Yo le daría continuidad, porque es un proyecto de emprendimiento, y en muy pocos lugares se ha hecho esto como un movimiento artístico, con los freestylers de la escena.



15. Alejandro Rauhut Sala (672-057)

Gracias al desarrollo de este proyecto se le pudo dar continuidad al festival Open San Felipe, realizando su novena edición. El evento se desarrolló en el tradicional barrio de San Felipe, donde convergen varias muestras culturales y creativas. Open San Felipe es un festival artístico que nació con la misión de robustecer la economía del sector y generar espacios donde las artes y la cultura sean las protagonistas. Atrae a más de tres mil personas al sector en los días del Festival, lo cual incrementa las ventas en los restaurantes y galerías en un 80%.

La novena edición del Festival Open San Felipe, que contó con diferentes artistas y espacios que atrajeron gente al barrio San Felipe, aumentó la posibilidad de que los bogotanos tuvieran un acercamiento a diferentes propuestas culturales. Es Cultura Local hizo posible que, con los visitantes, se reactivara la economía del sector.



16. Shift Active (672-059)

La microempresa desarrolló un videojuego para fortalecer los conocimientos financieros básicos de empresarios y gerentes que desarrollan sus actividades profesionales en la localidad. La plataforma interactiva fue desarrollada para celulares y busca que los jugadores tengan una experiencia inmersiva mientras cumplen treinta misiones en diez niveles.

“Mediante el videojuego, empresarios y emprendedores de Barrios Unidos se fortalecieron en conceptos financieros básicos. Esto cambió de manera positiva el marco de pensamiento de este grupo de interés”.

17. Ágora Producción Audiovisual (672-061)

La productora desarrolló tres intervenciones artísticas en tres espacios del barrio San Felipe, con el fin de dinamizar actividades culturales y proponer formas de reactivación económica, cohesión social y procesos colaborativos entre los agentes culturales del barrio. Fueron invitados a participar en las intervenciones Randy Naranjo, con una instalación lumínica; Juan Pablo Echeverri y Juan Uribe, cada uno con una intervención artística en el espacio público, y la Galería SGR. A manera de memoria del proyecto, el desarrollo de estas actividades fue compilado en tres libros postales.

“La idea de realizar esta propuesta en tres sectores económicos del barrio San Felipe nació de la intención de generar un recorrido que aportara un sentido cultural y de pertenencia en los distintos espacios, como la tienda de barrio, el espacio público y la fachada de una galería de arte, mediante la intervención de tres artistas plásticos de la ciudad”.



18. Colectivo Intercultural (672-063)

El colectivo se propuso generar espacios de fomento económico para las actividades artesanales desarrolladas en la localidad. Con ello en mente, se fortalecieron las capacidades artesanales de las comunidades indígenas de la localidad. La propuesta generó un espacio para que las comunidades que trabajan en la artesanía pudieran promover sus tejidos y artesanías con herramientas virtuales. Así pues, se les enseñó a manejar las redes sociales para que pudieran ofrecer sus productos en ese medio.

“Esta beca es un aporte significativo al sector cultural. Los mismos actores que producen artesanías trabajaron en el desarrollo de la propuesta, con la cual obtuvieron beneficios económicos, ya que encontraron nuevos clientes a través de las redes sociales”.



19. Juan David Uribe Criollo (672-082)

Mediante la ejecución del proyecto fue posible dar continuidad al programa de residencia Colectivo KB 2021. Fue un espacio con charlas de expertos invitados, exposiciones individuales y colectivas de los artistas en residencia y un ciclo de cine para el público del barrio San Felipe. Por medio de las distintas actividades se promovió el encuentro de diferentes disciplinas y artistas en Espacio KB, y el ciclo de cine arte visibilizó e invitó al barrio a ser parte de la muestra de tres artistas invitados. Los participantes encontraron una iniciativa para compartir experiencias y para crear conexiones, con lo cual generaron movimiento y actividad económica que benefició a artistas y a todos los involucrados en los procesos. El desarrollo quedó archivado como material de consulta en la página web de Konkorde Radio, como parte de una estrategia digital para consolidar el proceso.



Esta beca nos permitió promover el encuentro y la confluencia de distintas disciplinas y artistas en espacio KB, un lugar donde es posible compartir experiencias, hacer conexiones y amigos. Así también se generó contenido y actividad en estos momentos de incertidumbre social y económica. Tener actividades y propuestas que mantengan vivo el espacio y las relaciones sociales y económicas, siempre es un logro*.

20. Fundación Robémosle Niños a la Guerra, Cantemos a la Vida (Funcanvida) (672-083)

La fundación dio vida al Festival Multidisciplinar de Barrios Unidos Renaciendo Unidos, que permitió reavivar el sector cultural y creativo de la localidad con una programación variopinta que incluyó la presentación de artistas y formadores de disciplinas como teatro, danza, música, artes plásticas y visuales y emprendimiento cultural. Se promovieron nuevas experiencias con exposiciones y se cerró con una gran clausura que contó con cuatro funciones de agrupaciones musicales, tres de teatro y una de danza, que estuvieron acompañadas de un reconocimiento económico para los participantes. Las actividades incluyeron una fuerte apuesta de formación: seis talleres presenciales sobre danza, técnica vocal y teatro, y dos talleres virtuales sobre historia de la música y reactivación económica para artistas.



Esta beca ha hecho un gran aporte al sector cultural de Barrios Unidos por medio de la circulación de trabajos artísticos y la formación artística en teatro, danza, música, artes plásticas y artes visuales. El proyecto creó espacios para hablar de la reactivación del sector publicitario, medios alternativos de comunicación y demás*.



21. Plural Nodo Cultural (672-085)

La fundación desarrolló el proyecto Tercer Espacio: Plural, que convocó a un grupo de cinco curadores, y ellos, a su vez, tuvieron la oportunidad de convocar a dos artistas para la creación de cinco publicaciones, cada una enfocada en una línea investigativa relacionada con sus prácticas curatoriales y artísticas. El resultado fue un paquete de cinco publicaciones que dan cuenta de la pluralidad del campo artístico en la localidad y en la ciudad. Se imprimieron quinientos paquetes de cinco publicaciones cada uno, para un total de 2500. En Barrios Unidos, estos paquetes fueron distribuidos entre comercios y residencias, para que la comunidad pudiera acceder durante la pandemia a las producciones culturales. Los productos fueron presentados en una exposición presencial y en dos lanzamientos virtuales.



El proyecto generó ingresos económicos a un grupo variado de personas del sistema cultural, como artistas, curadores y diseñadores, quienes buscan constantemente propiciar reflexiones en el público mediante sus investigaciones y obras. De allí que para Plural este proyecto fuera una gran oportunidad para acercarse a la comunidad de Barrios Unidos de otra manera*.



22. Daniel Leonardo Caro Sichaca (672-088)

El proyecto produjo diez colecciones de objetos editoriales y gráficos basados en las ilustraciones de diez artistas e ilustradores de la localidad, quienes fueron seleccionados por medio de una convocatoria. Cada una de las colecciones contenía una bitácora, una tula y un fanzine recopilatorio del proyecto, y objetos coleccionables como pines, carteles y separadores, entre otros. Para la producción se hizo uso de los servicios de talleres especializados en actividades gráficas como impresión, risografía, serigrafía y fabricación de pines. Cada artista, además del pago por su ilustración, recibió la mitad de la producción y participó en una feria organizada para mostrar los resultados finales; allí pudieron exhibir y vender sus productos.

“Mediante el diseño, fabricación y venta de estas colecciones de objetos activamos la economía de artistas gráficos, talleres, espacios culturales, distribuidores de materiales de papelería y textiles, entre otros. Además, creamos y fortalecimos lazos entre los artistas de la localidad y los talleres”.

23. Mirayelet Hasbanar Herrera Ramos (672-090)

Teniendo como lenguaje el ballet clásico, se realizó una propuesta orientada a la reactivación económica y cultural mediante la creación, producción, circulación y exhibición de la obra *Contratiempo: Hilos de vida*. Fue una puesta en escena con una duración de sesenta minutos que se presentó virtual y presencialmente en Casa Valhala. La obra fue una creación propia e inédita que tomó como narrativa el concepto del tiempo y sus diversas representaciones. Con ella se logró generar un puente entre la comunidad y la cultura del ballet para, visibilizarlo gracias al desarrollo de esta iniciativa.

“Este tipo de propuestas tienen un excelente impacto en la cultura y en la economía, sobre todo si se tiene en cuenta que la cultura hace parte de nosotros desde siempre, necesita recursos y, para existir, debe recurrir a otros sectores de la economía que le brinden herramientas para avanzar”.



24. Jorge Luis Vaca Forero (672-091)

Repensar las Representaciones Históricas es un proyecto de creación propuesto por Jorge Luis Vaca Forero, artista e investigador que materializó una serie de obras que se articulan en torno al interés de explorar cómo se construye la memoria, asumiendo que esta es un elemento que toma lugar donde se genera un diálogo entre un objeto y un recuerdo en el presente. Esta propuesta buscó activar Estudio 74 como un espacio de exhibición, para generar un acercamiento con el público ligado a las facultades de arte y a los coleccionistas que se mueven en el mercado del arte. A la vez, se realizó un trabajo conjunto con los diferentes actores ligados al diseño y la producción de los objetos de arte en la localidad de Barrios Unidos, específicamente en el barrio San Felipe, centro y eje del arte contemporáneo en Bogotá.

“La beca es un aporte a la reactivación de las industrias ligadas a la conceptualización, creación y distribución del sector artístico presente en la localidad de Barrios Unidos”.





25. Fundación Teatro Quimera (672-093)

Gracias a la ejecución del proyecto, la fundación pudo desarrollar el Festival Barrios Unidos Tejiendo la Escena Local, en el cual veinticinco agrupaciones locales realizaron presentaciones para generar una alternativa concreta dirigida a la recuperación de la cadena de producción de las artes escénicas. Además, catorce artistas fueron convocados para conformar un equipo que se ocuparía de desarrollar una creación escénica interdisciplinaria: Jardín de pulpos. De ambos componentes se realizaron presentaciones en vivo, lo cual activó toda la economía de la Fundación Teatro Quimera: equipo administrativo, artístico, logístico y de servicios generales, entre otros.

“Tejiendo la Escena Local fue una experiencia muy bonita que nos permitió compartir con los compañeros, descubrir historias, encontrarnos para ensayar y enfrentarnos a un texto tan hermoso como el de Jardín de pulpos”.

26. Más allá (672-097)

Mediante el desarrollo de la iniciativa se pudo implementar un modelo de suscripción anual enfocado en la promoción y comercialización de arte contemporáneo colombiano para garantizar precios accesibles para los consumidores y un pago justo garantizado para los artistas. Con el nombre Buzón, se desarrolló una colección de obra gráfica que fue completada a lo largo de doce meses, con un único pago para los clientes. Se comisionó y curó una colección de serigrafías creadas por trece artistas colombianos en una edición limitada de setenta copias impresas sobre papel libre de ácido Mohawk Eggshell. Los rendimientos del ejercicio financiarán en el futuro las actividades del espacio expositivo de Más Allá, lo que le permitirá consolidarse como un lugar que hace aportes a la cultura de la localidad de Barrios Unidos.

“Gracias a la beca logramos materializar un proyecto que involucró a varios agentes del sector de las artes, desde artistas y creativos, pasando por impresores y editores, hasta marqueteros, al tiempo que se contribuyó a la formación de nuevos coleccionistas”.



27. Fundación Met para el Desarrollo de las Artes (672-099)

La propuesta consistió en la grabación del primer disco de la Met de Bogotá, que incluye cinco piezas sinfónicas con una propuesta centrada en la música colombiana basada en las emociones colectivas, sociales e individuales más relevantes de los últimos años en el país. El proyecto contribuyó a la reactivación económica de la industria creativa mediante la integración de diversos agentes de la cadena de valor cultural, al articular a realizadores, camarógrafos, músicos, ingenieros, productores, casas de alquiler de equipos de grabación, teatros, fotógrafos y compositores. Este trabajo fue fortalecido con la elaboración de diferentes productos, como un disco, un videoclip y un documental.

“Esta beca permite que proyectos e iniciativas de los ciudadanos que se especializan en ciertos campos puedan no solo materializarse, sino también alcanzar estándares altos de calidad. En nuestro caso, siempre estamos apuntando a la mayor calidad posible. La reactivación económica se da cuando el dinero aportado por las instituciones logra llegar a las personas adecuadas en las cantidades justas”.





28. Daniela Beatriz Camero Rosso (672-102)

Galería Beta planteó la creación de Uniendo Barrios: Semana Cultural de Arte Urbano y Graffiti, con espacios de diálogo sobre las similitudes y diferencias del arte de calle y el arte de galería, talleres y muestras de los resultados y el desarrollo de un mural pintado por los artistas DJLU y Axis Mundi. Se establecieron relaciones comerciales con los proveedores de pintura, andamios, sillas y demás elementos necesarios para llevar a cabo las actividades culturales y artísticas propuestas en la semana cultural, y se generaron vínculos entre productores culturales y posibles compradores.



La beca generó reactivación económica en el sector, pues facilitó la adquisición de los insumos que utilizamos, en su mayoría, adquiridos en la localidad, y la contratación de las personas necesarias. Se acogió la movida cultural de la comunidad grafitera de la localidad, y su actividad se incluyó en el ciclo comercial de las galerías del barrio San Felipe.

29. Santo Cielo Diseño (672-105)

Con este proyecto, la microempresa buscó la reactivación económica y comercial por medio del cierre de brechas para aportar sostenibilidad estratégica al negocio mediante la reactivación y el fortalecimiento de la marca de zapatos Snakers. La estrategia se enfocó en incursionar en nuevas categorías de producto, con un fuerte componente digital apoyado por ilustradores locales que se encargaron del diseño y la promoción comercial, del fortalecimiento de la iniciativa en redes sociales, de la pauta publicitaria, la producción audiovisual y la creación de una página web, acciones estratégicas con las que se busca aumentar nuestra presencia comercial, incrementar las ventas y ampliar el portafolio de productos.



Teniendo en cuenta la importancia del área de la moda para la cultura y la economía, la beca Es Cultura Local brindó, en la localidad de Barrios Unidos, la oportunidad de fortalecer nuestros procesos internos y mejorar nuestras herramientas comerciales y nuestro portafolio de productos. De este modo ha sido posible contribuir al desarrollo económico.



30. Meteorito Lab (672-106)

El espacio cultural conformado por Bogotá Print y Taller Colmillo pudo realizar Meteorito Festival de Fanzines, Arte Gráfico y Publicaciones. Se desarrolló una serie de talleres a lo largo de cuatro meses para enseñar a las personas técnicas esenciales para publicar y crear proyectos que impulsen el trabajo de ilustradores y artistas gráficos. El espacio educativo tuvo talleres sobre técnicas como serigrafía, risografía, encuadernación, ilustración, collage, pintura y cartelismo, entre otras. Todas las actividades finalizaron con una feria de venta del material producido durante las jornadas de talleres o de convocatorias. En ella pudieron participar personas interesadas en mostrar sus proyectos personales y vender sus productos.



Esta beca permite que proyectos e iniciativas de los ciudadanos que se especializan en ciertos campos puedan no solo materializarse, sino también alcanzar estándares altos de calidad. En nuestro caso, siempre estamos apuntando a la mayor calidad posible. La reactivación económica se da cuando el dinero aportado por las instituciones logra llegar a las personas adecuadas en las cantidades justas.



31. Christian Hernán González de Lima (672-107)

Mediante la producción del proyecto musical Localidad Crossover se realizó una propuesta musical de ocho canciones multigénero con artistas locales de géneros diversos, como vallenato, tríos de cuerdas, música popular, música urbana, rock, punk y música electrónica, que dan testimonio de la diversidad musical de Colombia. El proyecto permitió la generación de empleo y de conexiones económicas que beneficiaron a los músicos y artistas involucrados, así como a los proveedores de bienes y servicios del sector cultural y artístico asociado a la música.



“Es Cultura Local permitió que Localidad Crossover juntara a artistas afectados económicamente por la pandemia, de modo que se pudieran lucrar de su arte. Les dio la oportunidad de tener una hoja de ruta y nuevas perspectivas de negocio en el sector cultural, que podrían concretarse en el futuro”.

32. Colectivo Namasté (672-109)

El colectivo desarrolló el proyecto Escuela de Comparsa Creando Unidos como una apuesta de participación comunitaria a partir de los saberes propios de la cultura festiva, en la que la música, el teatro, la danza y las artes plásticas se ponen al servicio de la pedagogía para compartir conocimientos con la intención de fortalecer el tejido social. Con esa idea se creó una escuela que desarrolló 33 talleres de formación con niños, niñas y jóvenes de la localidad. Esta beca contribuyó a la apropiación de la cultura festiva y a la cualificación de los participantes en los saberes construidos a partir de la experiencia pedagógica.



“Este proyecto permitió compartir nuestra experiencia. En mi caso, pude compartir los conocimientos y conceptos musicales adquiridos en mis estudios formales y en la práctica de realización de comparsas a lo largo de diez años. El proceso contribuyó a la construcción comunitaria y permitió reconocer la fiesta de Bogotá de forma cercana. Desde el punto de vista de la reactivación económica, significó un invaluable apoyo a la actividad artística y pedagógica en esta época de crisis y, a la vez, benefició a los estudiantes ganadores”.



33. Corporación Producciones La Ventana (672-110)

En el desarrollo del proyecto VI Residencias de Creación: La Ventana Impulsa, se les permitió a artistas escénicos y circenses de la localidad disponer de un espacio físico dotado para el trabajo escénico, para que realizaran su trabajo de entrenamiento, investigación y creación. Además, se les brindó asesorías personalizadas en dirección, dramaturgia, clown, movimiento, puesta en escena y gestión cultural, con miras a fortalecer sus propuestas artísticas en un espacio idóneo para la creación, mientras contaban con un recurso económico para la producción. Los proyectos participaron en muestras públicas en la sala de La Ventana Circo. Tras terminar la residencia, los participantes recibieron portafolios y material audiovisual de sus creaciones, para que pudieran promocionar su trabajo entre agencias de publicidad, compañías circenses, festivales y potenciales clientes.



“La beca sirvió para que un grupo de artistas escénicos y circenses dedicaran tiempo y esfuerzo a la producción profesional de sus trabajos, entre ellos una obra de clown, cuatro números circenses y una pieza teatral. Contaron con recursos y asesorías de alto nivel para mejorar sus creaciones artísticas”.



34. Kairos (672-117)

La agrupación realizó el proyecto La Pluma Creativa, consistente en una serie de encuentros literarios (tertulias, talleres de escritura creativa y talleres de ilustración), en los cuales se generó el material gráfico y escrito para desarrollar la antología La pluma creativa Barrios Unidos, que se publicó de manera digital e impresa. El libro se les entregó gratuitamente a los 31 autores, a las autoridades locales y a la Red Distrital de Bibliotecas Públicas (Biblored). El proyecto dinamizó en la localidad la economía relacionada con la literatura, y mediante los talleres y la difusión digital del proyecto que se realizó en las redes sociales, logró motivar a la comunidad a abordar la escritura creativa. También se fortaleció la iniciativa realizando un programa radial en Quiberne Radio, espacio en el que se presentaron invitados para hablar de literatura, recomendar lecturas y brindar consejos sobre ortografía.



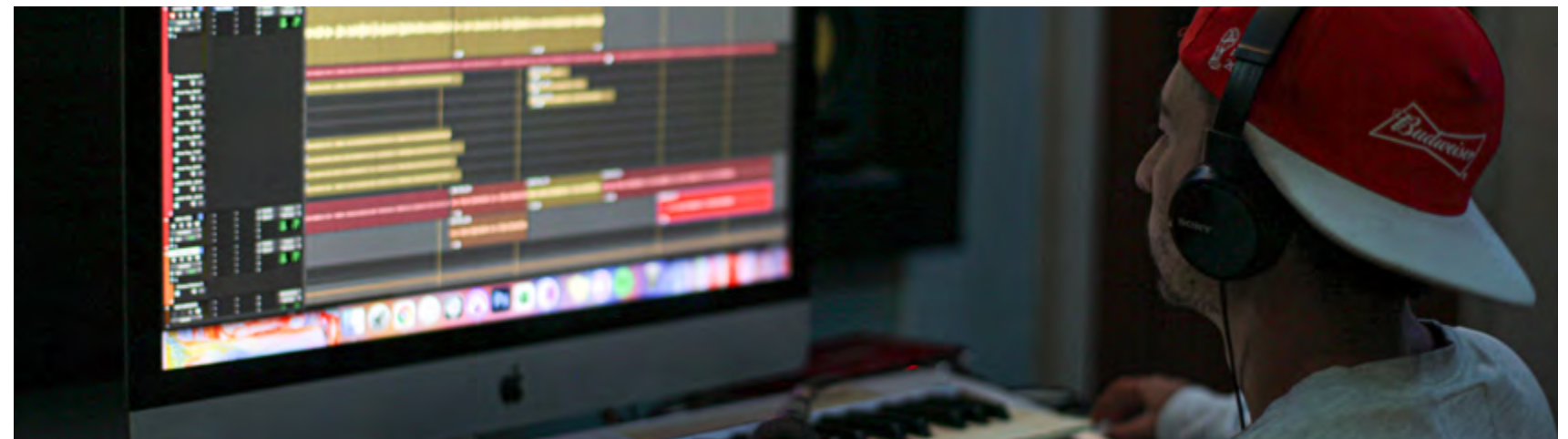
Fue un proceso muy completo que nos ayudó a crecer como artistas y a demostrar que sí podemos escribir. La localidad promueve la cultura e incentiva la economía relacionada con el quehacer cultural. Estoy muy agradecida con la agrupación Kairos y las instituciones que apoyaron este proyecto".

35. Daniel Tamayo Nieto (672-118)

A partir de la iniciativa Manos Unidas por Barrios Unidos, en la localidad se desarrollaron cinco sencillos musicales con videoclip. Se apoyaron procesos creativos de jóvenes artistas emergentes de la localidad, con la intención de contribuir a la reactivación económica de un sector en el que confluyen personas que desempeñan múltiples roles y que tienen diversas capacidades y necesidades. Con la producción y promoción de cada sencillo se beneficiaron varias personas que trabajan en las industrias creativas. Ellas aportaron un trabajo de alta calidad, al tiempo que los artistas encontraron motivación para seguir haciendo música y fortalecer en un futuro la circulación de otros artistas de la localidad.



Entendemos el arte como una forma de intentar una transformación social. Nuestros músicos son líderes positivos en sus comunidades, e invitan a su entorno a alejarse de las prácticas delincuenciales. Económicamente, estamos brindando recursos, de modo directo, a personas que trabajan en industrias creativas, y la mayoría son residentes de nuestra localidad".



36. Casa Gestal (672-132)

La propuesta consistió en visibilizar, a través del documental Aquí no más, venga le cuento, diez espacios culturales de la localidad de Barrios Unidos con el fin de promover el consumo de bienes artísticos y culturales por los habitantes de la localidad. Para fortalecer el mensaje comunicativo se realizó un taller de construcción de presentación comercial para que cada uno de los responsables de los espacios diera a conocer su oferta al público general en su discurso. Para la visibilización de los productos se realizó una campaña de marketing digital y prensa gratuita para llegar masivamente a diferentes audiencias y, por medio del documental, incentivar las visitas a la localidad.



Particularmente, a nosotros, como empresa del sector, la beca nos permitió apoyar la reactivación desde dos perspectivas: la primera, generando empleo a artistas del sector audiovisual y de la localidad; la segunda, evidenciando, promocionando, invitando y visibilizando, no solo por medio del documental, sino del voz a voz y las redes sociales, los diferentes espacios artísticos y culturales de la localidad".



37. Christian Javier Padilla Peñuela (672-134)

Se produjo el libro Arte del siglo XX en Colombia, un libro accesible, incluyente y fácil de leer, dirigido a un público no especializado, para promover el reconocimiento de las manifestaciones artísticas del país. Se concibió en el contexto del paro nacional y la pandemia, para revisar las prácticas artísticas locales desde una perspectiva crítica de la historia colombiana. Para la realización de este proyecto se trabajó con museos, galerías, artistas, fotógrafos, diseñadores e imprentas. De esta forma se ha contribuido a reactivar la economía de la industria creativa cultural.



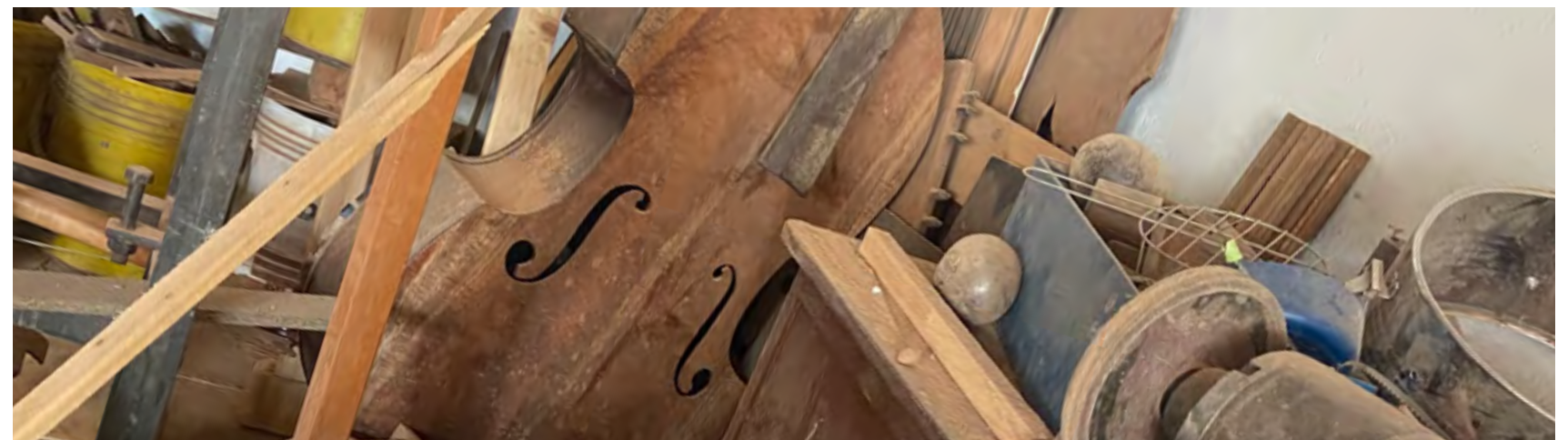
"La producción del libro se realizó gracias al trabajo de profesionales del sector cultural. La divulgación y comercialización del producto final, igualmente, se realizó a través de las plataformas de los agentes culturales del sector artístico".

38. Fiona Records (672-135)

La microempresa ejecutó el proyecto Uniendo Puntos, un espacio de encuentro de iniciativas gastronómicas, artes escénicas y plásticas, música, audiovisuales, editorial y diseño, entre otras, en un directorio de servicios creativos y culturales de la localidad. Se diseñó y creó una página web para alojar el directorio como estrategia digital, y se complementó con la producción de seis episodios de podcast en los que se habló de estos servicios, para fomentar su difusión. En el desarrollo de la primera temporada se descubrió todo lo que Barrios Unidos ofrece en su escena cultural, sus propuestas creativas y la convivencia de la tradición con las propuestas más contemporáneas.



"Creamos un directorio cultural y creativo de Barrios Unidos y un podcast con el fin de que las personas conocieran las actividades e iniciativas de la localidad, y surgieran proyectos, colaboraciones, compras y nuevas iniciativas. La primera temporada abarcó diferentes temas, como música, artes escénicas y gastronomía".



\$1.654'347.826
millones 
 invertidos desde lo local

 **43 estímulos**
 entregados a proyectos
artísticos y culturales

Teusaquillo
ES CULTURA

LO 
CAL 

1.055
 beneficiarios directos

181.090
 beneficiarios indirectos



TEUSAQUILLO

Teusaquillo, tradicionalmente conocida como la “localidad cultural de Bogotá”, vivió con austeridad los embates de las medidas de restricción por el covid-19. Sin embargo, gracias al programa Es Cultura Local, allí se invirtieron más de 1.600 millones de pesos, con los que 43 actores del sector cultural y creativo reactivaron sus actividades, tras recibir apoyo económico, acompañamiento técnico y formación en habilidades empresariales y de emprendimiento.

La iniciativa llegó a Teusaquillo cuando el sector cultural enfrentaba serias dificultades, a pesar de su tamaño. El 12% de los equipamientos culturales de la ciudad, 69 en total, se encuentran en esta localidad, donde conviven 2.030 empresas del campo cultural y creativo, de las cuales, 1.827 son microempresas, y 250, agrupaciones.

En un panorama como este, el programa Es Cultura Local apoyó a 23 microempresas y 20 agrupaciones con estímulos que les permitieron retornar a sus actividades. Así, las artes dramáticas, un área cultural ampliamente organizada, tuvo quince iniciativas. Le

siguieron teatro, literatura, música y audiovisuales, con seis proyectos cada una, y también tuvieron representación otras áreas, como el graffiti, las artesanías y la comedia.

El desarrollo de estos proyectos permitió generar un impacto significativo en la localidad, donde 210 microempresas y agrupaciones, y 1.580 personas, fueron vinculadas y se vieron directamente beneficiadas, al ser parte de uno de los eslabones de la cadena de valor. Así, recibieron recursos 40 proyectos de creación, 38 de producción, 39 de distribución, 40 de exhibición y 33 de comercialización. Asimismo, por haber tomado parte en las actividades, servicios y productos que generaron los ganadores, hubo 1.055 beneficiarios directos y más de 180.000 indirectos.

Un valor agregado al desarrollo del programa fue la participación de cinco agrupaciones y microempresas que nunca habían recibido un estímulo distrital.



1. Fundación La Maldita Vanidad Teatro (671-017)

La organización realizó la segunda versión del evento Cruce de Pensamientos como un espacio de intercambio a partir del teatro y la dramaturgia, uniendo el quehacer escénico de Colombia y España. Los asistentes pudieron participar presencial y virtualmente en actividades que los llevaron a soñar de nuevo con la magia tras el telón, gracias a la creación y puesta en escena de la obra El palmeral, el laboratorio de creación para actores del que surgió la obra ¿Aquí es dónde?, la realización de seis obras denominadas Benditas lecturas, en las que los actores leyeron, con su estilo único, textos de dramaturgia contemporánea de los dos países, y el desarrollo de dos conversatorios sobre narraturgia.

“Es Cultura Local es una gran iniciativa que apoya la subsistencia y el desarrollo de proyectos artísticos del sector, los vincula entre sí y genera sentido de pertenencia en la comunidad de la localidad respecto a los logros de los agentes culturales de la zona. Para la gestión de la programación del año 2021 de la Fundación La Maldita Vanidad fue un gran apoyo la beca, pues permitió llevar a cabo la segunda edición del evento Cruce de Pensamientos”.

2. La Silueta Diseño (671-019)

La microempresa implementó un proyecto para desarrollar una tipografía propia con el fin de fortalecer su estrategia digital y crear una publicación para hablar de los entresijos del proceso de investigación y creación. El libro fue el espacio ideal para complementar la explicación del desarrollo de la fuente digital y plasmar la historia de la impresión en la localidad, hablar de protagonistas de esta área de conocimiento y de las memorias de La Silueta Diseño. Fue posible encadenar un trabajo colaborativo que incluyó a pequeños talleres locales, distribuidores y librerías de Teusaquillo.

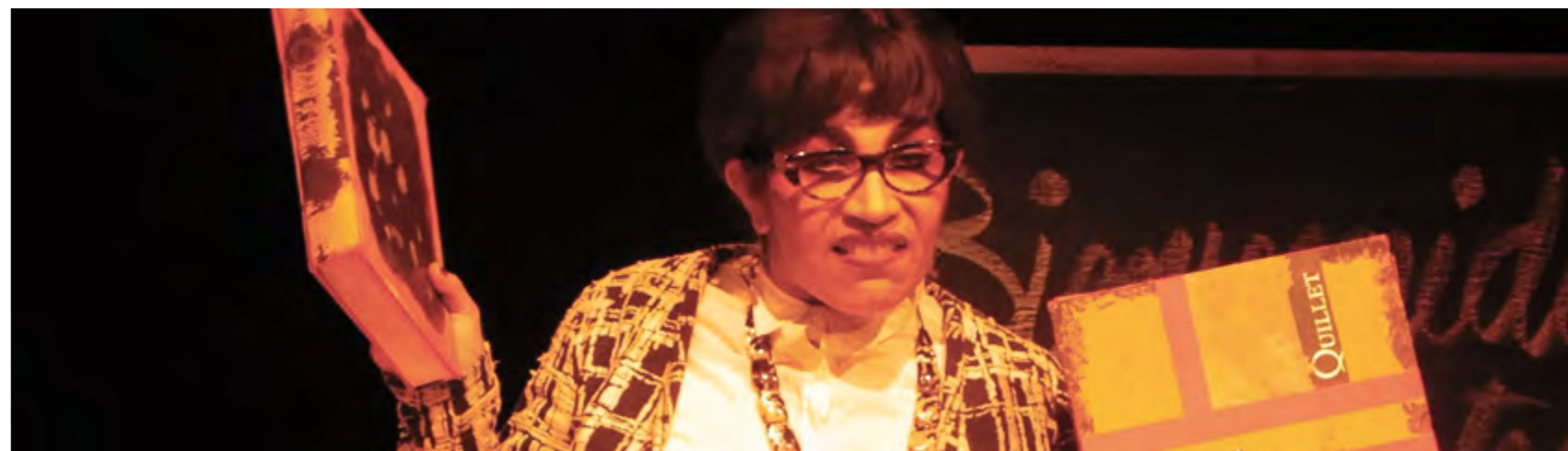
“Este proyecto permitió compartir nuestra experiencia. En mi caso, pude compartir los conocimientos y conceptos musicales adquiridos en mis estudios formales y en la práctica de realización de comparsas a lo largo de diez años. El proceso contribuyó a la construcción comunitaria y permitió reconocer la fiesta de Bogotá de forma cercana. Desde el punto de vista de la reactivación económica, significó un invaluable apoyo a la actividad artística y pedagógica en esta época de crisis y, a la vez, benefició a los estudiantes ganadores”.

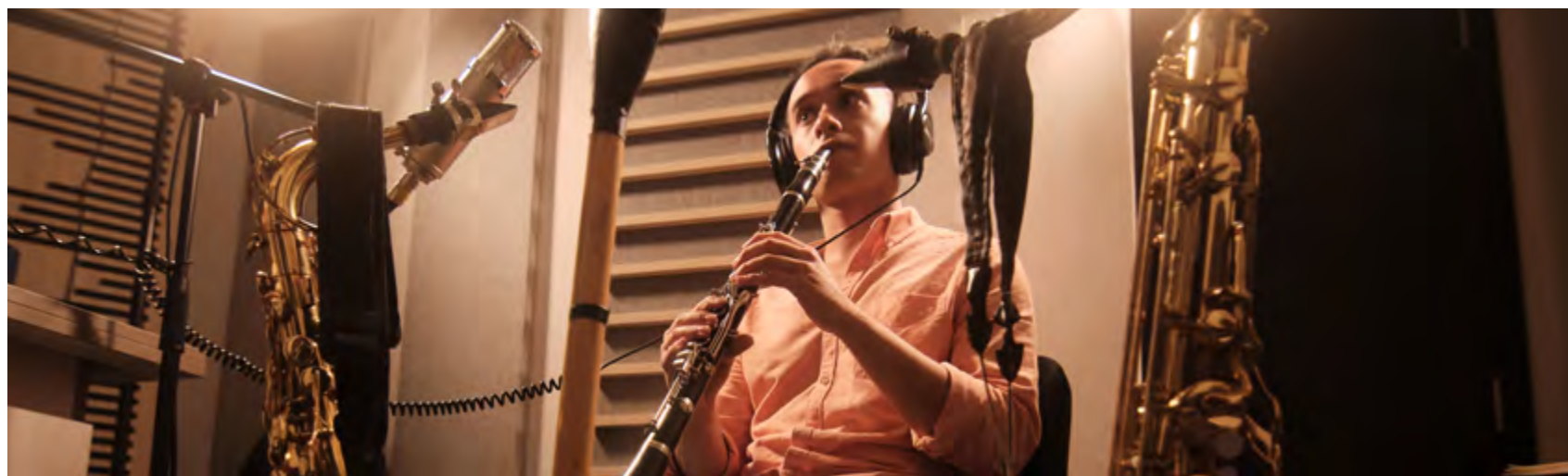


3. Fundación de Teatro Ditirambo (671-022)

Debido a las dificultades derivadas de las medidas de restricción relacionadas con la Pandemia, la fundación buscó adaptar su funcionamiento y establecer una estrategia digital. Con el apoyo del programa se fortaleció la apertura de la programación en formato digital, con la creación y publicación de cinco capítulos de la serie web Peleando con Gilma, el espectáculo Teatrología de la peste, un taller de dramaturgia y el desarrollo de actividades de fortalecimiento de la Red Escena Iberoamericana (REI). Las actividades fueron complementadas con una estrategia que incluyó la actualización de la página web y la elaboración de una campaña de divulgación y marketing, con las que también se logró apoyar las parillas de programación presencial de las dos sedes operativas del Teatro.

“Gracias a Es Cultura Local logramos la reapertura de los espacios de Ditirambo, puestos al servicio de la actividad cultural de la localidad. Se desarrollaron diferentes actividades teatrales, entre ellas, un espacio de formación en teoría del teatro popular, mestizo y analógico, manejado por la fundación para adaptarse a la nueva realidad”.





4. Good Vice (671-058)

La microempresa creó un proyecto sobre la producción y promoción de un sample pack con muestras musicales de sonidos colombianos. Con este producto se contribuyó a la reactivación económica de siete músicos e intérpretes, quienes consolidaron una fuente de ingresos sostenible, pues recibirán regalías por la venta, descarga y visualización de cada sample. Como complemento, se generó una estrategia de visibilización para aumentar el impacto del proyecto con la producción y circulación de un video documental sobre el proceso de creación, y el desarrollo de una página web.



El apoyo del Programa Es Cultura Local y de las alcaldías locales de Bogotá permite que las iniciativas culturales trasciendan del papel para cambiar vidas y realidades en una época en que la economía está fragmentada y se priorizan los estímulos a otras industrias. Esto hace que, como ganadores, entendamos nuestro compromiso con la industria creativa y encontremos motivos para seguir participando en estas apuestas culturales*.

5. Go Entertainment (671-060)

La microempresa logró materializar cinco años de trabajo con la estrategia TuBaile, centrada en procesos formativos de baile para personas de nivel básico y prebásico, con la puesta en marcha de su primera sede operativa en el barrio El Recuerdo. Durante el tiempo de ejecución, puso a moverse, al ritmo de bachata, salsa y rumba, entre otros géneros, a más de sesenta personas que resultaron beneficiadas con el acceso a clases gratuitas y actividades con entrada libre, para promover la apertura de la sede formativa. En el proceso, fue posible vincular a profesores y proveedores para la adecuación, promoción y ejecución del nuevo espacio educativo de Teusaquillo.



La Beca Es Cultura Local significó acercar la danza al Barrio El Recuerdo, donde los vecinos nos recibieron con mucho agrado. Además, ayudó a la reactivación económica de varios proveedores del barrio, a quienes compramos todo lo necesario para desarrollar las adecuaciones locativas; también ayudó a muchos profesores, que pudieron dictar clases en el espacio y sentar las bases de nuestro primer espacio propio para la formación*.



6. Mauricio Chunza Plazas (671-065)

En colaboración con Butaquilla Teatro se realizó el proyecto Mi Teusaquillo Radio Teatro, para crear, producir y poner en circulación una serie de dieciséis piezas teatrales en formato de radioteatro, en la que artistas mayores de cincuenta años dieron vida a relatos inspirados en historias de los habitantes de la localidad, quienes participaron con propuestas para su desarrollo. Este fue un ejercicio alrededor de la memoria y el patrimonio de Teusaquillo, que ha tenido eco en más de 12000 personas que han escuchado las historias en la página web creada para promover los episodios, y en otras plataformas de podcast, como Spotify y Google Podcast.



Esta es una oportunidad de trabajo en momentos de crisis para el sector cultural, un pretexto para llevar a cabo los sueños que no se ajustan a las políticas de fomento convencionales. Permite nuevas formas de actuar y participar para apoyar las diferentes y variadas formas de trabajo relacionadas con las artes, la cultura y el patrimonio. En ella se debe dar más protagonismo a los agentes locales y menos a los actores institucionales*.





7. La Guarida Creación Escénica, Audiovisual y Pedagógica (671-069)

El laboratorio de creación gestó el proyecto Con Pombo y Platillo, Leyendo en Teusaquillo, con el fin de promover el libro como un objeto fundamental para el desarrollo de la obra Poemario ilustrado del poeta coronado, basada en la vida de Rafael Pombo. Realizaron, inspirados en el libro, obras de teatro musical en cuatro parques de la localidad, acompañadas de una comparsa artística en la que los niños y adultos volvieron a reencontrarse con el arte al aire libre y se enamoraron de los personajes de Pombo. La estrategia presencial fue fortalecida con procesos digitales, con la producción y circulación de un documental sobre el proceso de la campaña y diez cápsulas animadas sobre librerías de la localidad.



Después de las presentaciones, varias familias nos escribieron para decirnos que sus hijas e hijos seguían jugando con los personajes y jugando a que "leían". Esas conductas son el mejor testimonio y la mejor manera de medir la eficacia de la propuesta estética y la experiencia de los espectadores".

8. La Casa del Alba (671-071)

La organización desarrolló el proyecto Resignificando los Saberes Ancestrales Femeninos para el Emprendimiento, con el cual, a lo largo de más de cien encuentros, benefició a veinte mujeres de la localidad, a quienes les brindó herramientas de fortalecimiento personal y de emprendimiento para la creación de materiales artísticos basados en escritos, canciones, dibujos y puestas en escena que dan cuenta de la transformación de la vida de estas mujeres. Los conocimientos de fortalecimiento individual y grupal fueron complementados con saberes ancestrales, como el tejido, la herbolaria y los atrapasueños. Las actividades crearon lazos productivos entre las mujeres participantes. Los productos resultado del trabajo en los encuentros fueron exhibidos y comercializados en la Feria de Emprendimiento de La Casa del Alba.



El proyecto estimuló la creación de propuestas artísticas en las áreas de música, teatro, danza, dibujo y escritura, y despertó en las participantes saberes y nuevos sueños por cumplir. Se reactivó económicamente La Casa del Alba gracias a los talleres de formación artística y se construyeron lazos productivos con las participantes para la realización de ferias de emprendimiento".



9. Revista Días Temáticos (671-079)

Con el proyecto Itinerarios Temáticos, este medio de comunicación visibilizó la situación de los artistas en medio de la pandemia y difundió sus obras para promover el contacto del público con los agentes creativos y culturales de la localidad mediante la creación, producción y distribución de contenidos textuales, audiovisuales y escritos en su plataforma web. Se realizaron veintiséis crónicas con entrevistas a los protagonistas de los procesos culturales, cuatro videografías con recorridos por la oferta cultural de Teusaquillo, que animaron a los espectadores a volver a esos espacios y descubrir nuevas experiencias, y tres podcasts para hablar del trabajo realizado en el proyecto.



Frente a la crisis generada por la pandemia y las circunstancias de prevención que condujeron a la parálisis del sistema cultural y creativo, Es Cultura Local ha posibilitado que iniciativas que hacen parte de dicho sistema se adapten a la nueva normalidad, que proyectos emergentes puedan salir a la luz, y se creen vínculos de apoyo duraderos entre los distintos ganadores".





10. Peregrino Print Society (671-090)

El taller de impresión y piezas gráficas se propuso lograr su reactivación para incentivar la creación y comercialización de gráfica contemporánea colombiana, con el propósito de fortalecer los canales de distribución nacional e internacional de Peregrino Print Society, con miras a alcanzar mercados internacionales que posibiliten la sostenibilidad económica de la comunidad creativa visual de la localidad de Teusaquillo mediante la producción, difusión, el apoyo y la gestión de la obra de los artistas y la comunidad gráfica en Bogotá. Se buscó cambiar las dinámicas del sistema creativo de artistas gráficos para llegar a otras latitudes con fuerza y realizar una amplia difusión del trabajo de los artistas, para lo cual fue necesario fortalecer el tráfico de la página web y redes sociales, así como intentar la difusión en medios masivos.

“Gracias al Programa Es Cultura Local pudimos reactivar nuestro taller, y con ello, movilizar a distintos proveedores de materiales para artes gráficas. Asimismo, como equipo de comunicación, la beca nos permitió acceder al ecommerce para generar ventas y así hacer autosostenible el proyecto”.

11. Zambo (671-095)

El proyecto Cambalaché fue un encuentro musical entre Colombia y Cuba que ofreció, entre mayo y junio, talleres, ponencias y laboratorios creativos en torno a la música tradicional de los dos países. Se realizó un proceso de selección de músicos de la localidad, quienes, a partir de lo visto en los espacios de formación, desarrollaron un arreglo colectivo que sirvió de insumo para un video producido en el estudio de grabación Circuito Naranja. Cambalaché dio como resultado una producción discográfica y un concierto que fue socializado de manera virtual en julio. Al proyecto se integraron agentes de los campos de la formación, producción, distribución y promoción que viven en la localidad, lo cual tuvo un impacto muy positivo en la reactivación económica y cultural de Teusaquillo.

“Cambalaché contribuyó a la reactivación económica de Teusaquillo, ya que vinculó a profesionales de diseño gráfico, promoción y formación artística, así como salas de ensayo, estudio de grabación, producción musical y audiovisual. Los gastos de transporte, manutención y otros fueron cubiertos. En la dimensión cultural, el proyecto abrió espacios de creación, intercambio musical y reflexión en torno a la colectividad artística”.



12. Producciones Allegro (671-098)

Saxofón a Ritmo de Latin Jazz fue una propuesta en la que, a partir de la creación de un fonograma, buscamos la reactivación de los diferentes eslabones de la cadena de valor, tales como la creación, la producción y la circulación. Como resultado se produjo un CD en el que participaron catorce agentes culturales, entre músicos e ingenieros. En la producción física participaron un diseñador y dos impresores. Para la divulgación del proyecto se creó una estrategia de promoción que acudió a medios masivos y de comunicación digital, a las redes sociales y a la creación de una página web. Por último, se realizó una labor de circulación en diferentes espacios y medios, mediante presentaciones en vivo con conciertos en el centro comercial Galerías y en el teatro Santafé, así como actividades de reactivación del sector gastronómico en el restaurante El Barrio y en Lubianka Pub.

“La beca contribuyó a la reactivación económica del sector cultural porque se pudo producir un CD y, por medio de este, hacer una estrategia de divulgación y circulación en diferentes espacios de la localidad. El proyecto benefició directamente a varios agentes, como teatros, músicos, estudios de grabación, diseñadores, camarógrafos, editores de video, empresas de impresión e inyección de CD”.



13. Colectivo Juntanzas (671-105)

Se garantizó la creación y publicación de un libro de historias, dibujos y canciones realizado por los niños y niñas de la localidad, en el marco de la actual pandemia. El libro, titulado Historias de pandemia de niños para niños, incluyó la producción del álbum musical Canciones de pandemia de niños para niños, que se entrega con el libro. La propuesta contribuyó a la reactivación económica de la localidad con la contratación de diversos servicios, prestados por pedagogos, músicos, artistas visuales, fotógrafos, litografías, comercios, asociaciones culturales y estudios musicales.

“Con esta propuesta pudimos fomentar el trabajo y ayudar a varios sectores de la economía que, debido a la pandemia, habían caído en quiebra. La ayuda a pequeños comerciantes y la contratación de artistas para el apoyo de la creación del libro y álbum musical fue fundamental para ambas partes”.

14. Rapsodia & Comedy (671-106)

La agrupación basó su proyecto en la presentación de talentos que trabajan en la comedia, con un montaje a partir de la narración oral, la comedia y la música, desde diversos textos y el ensamble de ideas. Así se pudo crear un show apto para todo público titulado La iglesia de la risa, en el que participaron cuatro comediantes de larga trayectoria. Los micrófonos se abrieron de nuevo y en todas las funciones se completó el aforo. La puesta en escena de la obra reactivó las operaciones de gastrobares de la localidad, ya que fueron los espacios donde se presentó la iniciativa. Se creó, como estrategia de visibilización, una producción audiovisual con los resultados de la iniciativa, para exhibirla y, posteriormente, garantizar su circulación y comercialización.

“Con los libretos y la puesta en escena de la comedia, aprovechando el fenómeno de la risa, convocamos a cientos de personas, que acudieron a ver el espectáculo en las más de quince funciones realizadas en los gastrobares de la localidad elegidos”.



15. Las Productoras (671-116)

En la ejecución del proyecto Espora Art se desarrolló un magazín audiovisual, con el propósito de generar un espacio pregrabado para la visibilización, exposición y divulgación de artistas escénicos y musicales independientes. En teatros, salones de danza y salas de ensayo, el público pudo disfrutar de talleres, así como conocer la trayectoria y estilos de diversos artistas, mediante el desarrollo de un programa ameno y divertido que incluyó entrevistas que sirvieron para realizar el piloto de una mini-serie titulada Teusaquillo es arte.

“Espora Art es un magazín artístico dirigido al sistema escénico y musical, cuyo objetivo primordial es la difusión y promoción de los artistas locales. El público pudo disfrutar de la gran variedad de artistas y agrupaciones que ofrece Teusaquillo, en presentaciones apoyadas por diseñadores y técnicos y alojadas en espacios de la misma localidad. Espora Art hizo un aporte a la reactivación económica con la visibilización, exhibición y promoción de los artistas locales, aprovechando la sinergia que existe en el sector”.



16. Fundación El Malpensante (671-121)

Ciudadano Park Way fue el proyecto de la fundación. Se realizó un recorrido dialogado y conversado sobre la tradición cultural y artística de Teusaquillo, con el que se fortaleció el conocimiento cultural y se mejoró la percepción que los habitantes y los diferentes actores tienen sobre las actividades, oportunidades y mejoras que ha tenido el territorio en el que viven o transitan. Esto permitió la producción de dos artículos, once miniclip, tres charlas, dos masterclass, una serie podcast y una serie de videos, medios con los que se visibiliza la reactivación del sector y la esencia cultural y artística de la localidad.



En el marco de la beca Es Cultura Local de la Alcaldía de Teusaquillo y el Idartes, logramos, por medio del proyecto Ciudadano Park Way, dinamizar los nexos con el comercio, producir bienes y servicios, y ocupar a personas en las labores de pedagogía, diseño, divulgación y circulación de los bienes culturales*.

17. La Coneja Ciega (671-123)

Se creó la plataforma Tribú como un espacio virtual de aprendizaje no formal para la enseñanza de prácticas artísticas y culturales de la cultura colombiana. La primera etapa se centró en la enseñanza de bases de cumbia, en el marco de la globalidad musical, y estuvo orientada a facilitar la experiencia de capacitación a distancia. Este sistema permitió la creación de aulas virtuales en las que se produjo la interacción entre tutores y estudiantes, y entre los mismos estudiantes. También se desarrolló la aplicación de evaluaciones, intercambio de documentos en diversos formatos, participación en foros, chats, entre otras herramientas interactivas adicionales. La plataforma acogió diversas técnicas, saberes y virtudes de maestros reconocidos de la música colombiana, quienes diseñaron cada uno de los módulos con el fin de dar a los usuarios herramientas para mejorar su técnica y estilo, y el conocimiento del contexto histórico y social.



Tribú es una plataforma digital y virtual que, en el marco de la pandemia y las cuarentenas, resulta una opción alternativa para maestros de música colombiana. Es una propuesta de educación virtual de calidad, con enfoque investigativo, a precios muy accesibles y con contenidos de primera calidad. El proyecto aseguró un ingreso extra para los tutores, profesionales y demás actores involucrados*.



18. Los Monstruos del Cine (671-131)

Se desarrolló la producción de Zona de Cultura, una serie web documental que contó cinco historias sobre espacios culturales significativos de la localidad de Teusaquillo. Documentó el modo en que estos lugares han contribuido a la construcción de tejido social mediante sus aportes a la cultura, narró el modo como la pandemia afectó a la población y reveló la puesta en marcha de acciones para su recuperación y reactivación. Fue un encuentro con las personas que forjan estos lugares, en un recorrido por escenarios y espacios vinculados con la creación y el ejercicio de consumo relacionado con la gastronomía, las artes vivas, la industria editorial, la música, la educación y la recreación. Se visibilizaron y promovieron las labores de tres empresas creativas y más de setenta trabajadores, y se impulsó la reapropiación de cinco espacios icónicos.



Zona de Cultura visibilizó el trabajo de gestores, creadores y artistas que, con sus saberes, esfuerzo y creatividad, enfrentan la crisis y siguen luchando por superarla. También recorrió lugares icónicos donde se teje sociedad e invitó a reapropiarse responsablemente de ellos. El equipo integró a profesionales del sector audiovisual con jóvenes talentos y vinculó servicios técnicos, artísticos y logísticos*.





19. Fundación Cultural Indígenas Katuyumar (671-132)

Con el proyecto Reactivando mis Labores Culturales Económicas a través del Fomento de las Prácticas Artesanales, Localidad de Teusaquillo, la fundación fortaleció económicamente a los grupos étnicos karapana tubu, uitoto y kaméntsá de la localidad mediante espacios culturales para la creación, promoción y venta de artesanías originarias. Se realizaron talleres de fortalecimiento cultural y económico que permitieron a los artesanos utilizar medios digitales para promover sus productos. El proyecto aportó un beneficio para los artistas, artesanos, gestores culturales y población que participaron en las actividades de la iniciativa.



Esta beca del Idartes promovió la cultura y benefició a los sectores culturales que, por causa del covid-19, vieron afectadas sus prácticas. Gracias a la beca, los gestores y artistas culturales lograron obtener un espacio presencial y virtual donde pudieron seguir trabajando*.

20. Laboratorio Creativo Orfeo (671-149)

El programa de formación Abrazarte 2021 fue una propuesta innovadora de educación. Se formuló para fortalecer los procesos comunitarios y artísticos de personas LGBTI de la localidad con un curso en línea masivo, abierto a todo público, que se socializó por medio del canal de YouTube del Laboratorio. Participó un equipo transdisciplinar en la creación del contenido, las investigaciones, la grabación, la edición y la distribución del proceso de formación con treinta talleres y cinco charlas en las que intervinieron artistas, curadores, activistas LGBTI y expertos en gestión cultural. Participaron directamente treinta miembros de organizaciones sociales LGBTI. Además, diez participantes tuvieron asesorías personalizadas en la creación y formulación de proyectos artísticos, culturales y comunitarios, que fomentaron la reactivación económica de sus redes de apoyo.



Abrazarte 2021 tuvo talleres sobre liderazgo adaptativo, innovación, gestión cultural y comunitaria, basados en la idea principal del festival que en años anteriores funcionaba en la Casa LGBTI de Teusaquillo: fomentar el intercambio de saberes entre los miembros de la comunidad LGBTI y formar la red de apoyo y afecto más grande de Bogotá*.



21. Corporación Latinoamericana Misión Rural (671-151)

La corporación desarrolló una estrategia de marketing territorial que permitió dinamizar la red ciudadana de patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, y las industrias creativas de la localidad de Teusaquillo. Se consolidó la agenda cultural Teusaquillo en Movimiento, enfocada en la activación de la economía local, en alianza con los grupos culturales, colectivos, teatros, restaurantes y emprendimientos, entre otros, interesados en participar. Como evento principal se realizó el Uy Festival, que contó con la participación de un grupo diverso de panelistas. Este proyecto buscó contrarrestar el impacto económico generado por la pandemia, reducir los niveles de pobreza oculta presentes en la localidad y reactivar, por medio del desarrollo de alianzas cooperativas entre diversos proyectos, la economía cultural en la localidad.



La estrategia de marketing territorial identificó con claridad la ruta que había que seguir y abrió el camino para desarrollar la creación de alianzas público-privadas como base para la reactivación. Como experiencia pedagógica sobre el miedo, permitió conocer las distintas percepciones que tienen los habitantes, como la incertidumbre y diversos temores, así como su disposición a trabajar cooperativamente*.



22. Ilé Danza (671-154)

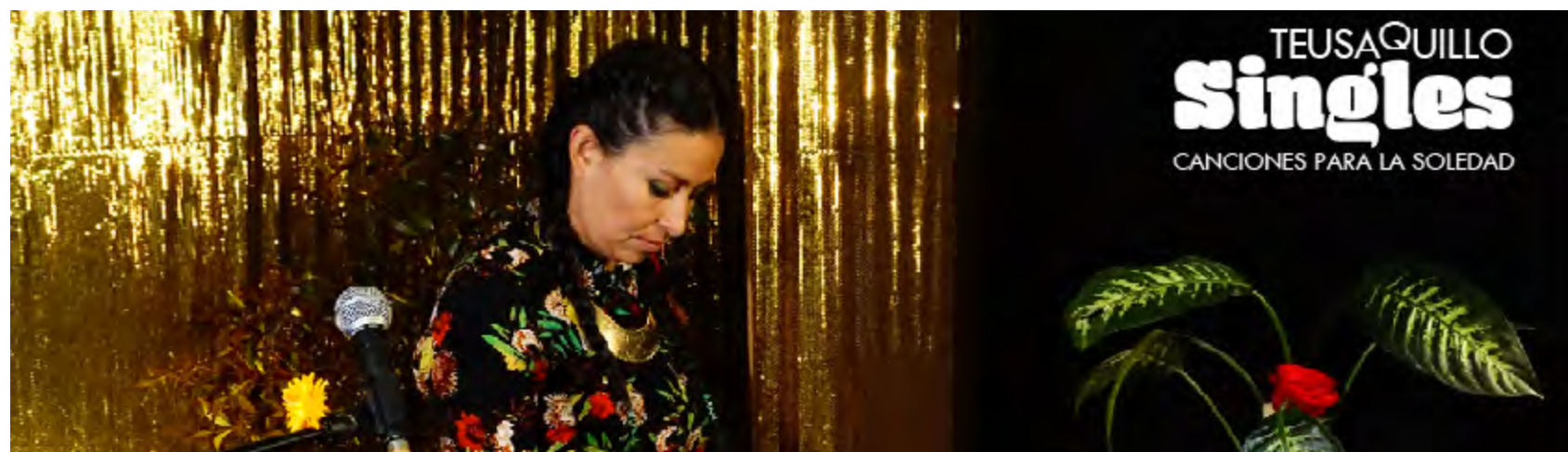
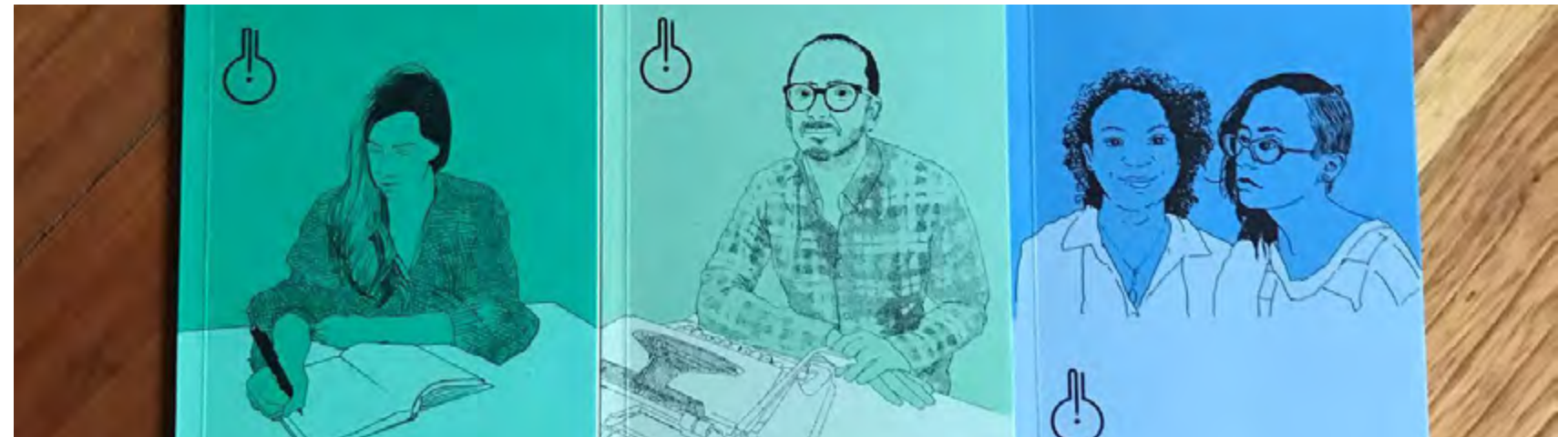
Teusaquillo: Arte con Sentido fue un proyecto realizado por la academia de baile Ilé Danza. Durante tres meses se realizó un proceso de formación gratuita dirigida a jóvenes de la localidad sobre folclor colombiano y cubano, rueda de casino y expresión corporal. El proyecto apoyó la reactivación económica de la industria cultural creativa, pues se crearon alianzas con teatros de la localidad, diseñadores de modas, fotógrafos, maestros, actores y personas que alquilan vestuario para danza. El proyecto logró activar económicamente a todos sus aliados y tuvo como resultado final la obra Un lugar donde paz & arte, que se estrenó en el teatro del Círculo Colombiano de Artistas.

“Teusaquillo: Arte con Sentido fue un proyecto maravilloso que se desarrolló en un tiempo en que todos los artistas independientes estábamos sin trabajo. Fue una luz de esperanza en el camino, ya que, por haber sido presencial, nos permitió volver a sentir la magia del escenario”.

23. La Diligencia Libros (671-157)

La distribuidora editorial realizó un laboratorio de creación como programa que ofreció acompañamiento personalizado para el desarrollo de proyectos de escritura y narrativa gráfica. Fue una apuesta de formación que brindó a sus participantes la experiencia y la dedicación de siete editores independientes colombianos: Alejandra Algorta (Cardumen), Catalina González (Luna Libros), Federico Torres (Destiempo), Felipe González (Laguna Libros), Mauricio Gaviria (Editorial Monigote), Pablo Guerra (Cohete Cómic) y Pedro Lemus (Laguna Libros).

“En el Laboratorio de Creación se brindó acompañamiento de editores con experiencia a proyectos en construcción. Esto aportó una mirada distinta al proceso creativo. Por otro lado, en las charlas con autores, los participantes conocieron la experiencia de otros agentes del sector. Por último, en los talleres, los participantes recibieron una lectura atenta de sus proyectos. Es un espacio que ha resultado muy enriquecedor”.



24. Luis Fernando Guillot Preciado (671-165)

En este proyecto, liderado por la agencia de comunicaciones Tótem, por el sello discográfico Bánfora Records y la productora audiovisual Diáspora Blues, se buscó talento musical en la localidad de Teusaquillo, especialmente solistas, grupos consolidados y proyectos itinerantes, para producir tres canciones, de las cuales una fue inédita. Fueron seleccionados cinco ganadores que recibieron como apoyo la producción de las tres canciones con su respectiva promoción y distribución digital, un video que se produjo para el efecto, la participación en una serie de podcast y la asignación de un apoyo económico.

“La beca permitió que proyectos musicales que no contaban con recursos para producir sus canciones a nivel profesional accedieran a toda la cadena de producción y lograran la realización de canciones que representan la actualidad musical de la localidad y la identidad de la ciudad”.



25. Mutante Laboratorio (671-166)

Se realizó el proyecto Laboratorios Creativos: Memorias Suratómica, con espacios de experimentación y creación artística en los que se exploraron las ciencias de la complejidad y la microbiología a través de las artes visuales. Las memorias son un compilado del ciclo de investigación, creación y difusión del proyecto de creación de arte y ciencia Suratómica, que en 2019 inició un ciclo de arte, física cuántica y astrofísica que tuvo diversos espacios de encuentro y creación. La propuesta de creación y memoria permitió la reactivación económica a partir del encuentro con otras personas, tanto en los espacios digitales como en los lugares físicos. Se incentivó la creación de obras y la comunicación de experiencias en los campos de las artes y ciencias, al tiempo que se construía memoria colectiva, lo que permitió una activación de la creación en nuevas redes y proyectos culturales.



La beca permitió la activación económica del sector cultural al apoyar iniciativas que gestionan e impulsan los desarrollos de diversas redes de diferentes disciplinas y sectores culturales. En este sentido, existe un aporte, pues se abrieron espacios de experimentación y creación en medio de una crisis social que impide el desarrollo de las artes*.

26. Fundación Teatro Comunidad (671-167)

La propuesta consistió en realizar seis funciones presenciales de El niño de la selva y tres funciones de Macondo, el cuento que se llevó el viento, para el público de la localidad. Esto significó un reencuentro, razón de ser del arte títere y del arte en general. Económicamente, como una piedra que cae en un estanque, la realización de las obras escénicas generó actividad y trabajo en personal de otros sectores asociados al quehacer creativo: escenógrafos, luminotécnicos, sonidistas, además de los vigilantes, acomodadores y personas de servicios generales y administrativos. Asimismo, se realizaron dos videos profesionales de las más importantes obras del repertorio, para engrosar el archivo digital del grupo y difundirlos entre la comunidad educativa de la localidad. Así se logró que los trabajadores del sector audiovisual también resultaran beneficiados económicamente.



Esta beca aportó, al sector cultural, incentivos para trabajar en tiempos en que los teatros debieron cerrarse y en que el público se encontraba confinado. Aportó, en el aspecto económico, un salvavidas para los proyectos creativos que la pandemia dejó agónicos*.



27. Fundación Teatro de la Memoria, Centro de Investigación (671-170)

La fundación desarrolló el proyecto Poéticas del Cuidado: Talleres de Arte, Creatividad y Bienestar, concebido para brindar a la ciudad espacios de contención que pudieran mitigar los efectos emocionales, psíquicos y sociales que trajo la pandemia, y que nos han forzado a reinventar nuestras relaciones con el cuerpo, la creatividad, la emoción y la acción. La iniciativa consiguió entender las necesidades de la localidad para crear, distribuir y promover actividades creativas y culturales basadas en el cuerpo y en las artes escénicas. Así, distintos tipos de público de la localidad tuvieron acceso a talleres que les permitieron una nueva relación con su cuerpo y con el espacio urbano, en el contexto abrumador de la pandemia. También permitió la activación de los agentes culturales de la zona y tuvo favorables implicaciones de tipo económico en distintos agentes relacionados con el sector.



Poéticas del Cuidado es una oferta completa y continua de talleres que ponen las herramientas de las artes escénicas al servicio de la salud física, psíquica y emocional de la comunidad, y que tiene un alto impacto sobre distintos tipos de público, pues permite comprender la cultura y sus posibilidades para fortalecer, de una manera profunda y eficaz, los espacios que habitamos*.



28. Miércoles de Chicas (671-176)

El proyecto Ciclo en Conocimientos Básicos para el Desvare se desarrolló como un espacio de formación conformado por una serie de talleres pensados para que artistas emergentes y pequeños emprendedores del sector artístico y cultural mejoren, refuercen y fortalezcan sus conocimientos en los siguientes temas: principio básicos para la formulación de Proyectos, conceptos gráficos, finanzas básicas, creación de portafolios, derechos de autor, comunicación efectiva, fotografía básica y manejo de redes sociales.

“En un momento tan complejo como el que estamos atravesando, mantener el sector cultural ha sido un gran desafío. Es Cultura Local aportó un respiro con el que pudimos seguir construyendo comunidad por medio de la creatividad, y contribuir de diversas maneras a la creación colectiva a partir de nuestros saberes”.

29. Iván Camilo Palma Álvarez (671-180)

Mapa Teusaquillo Distrito Cultural fue un proyecto enfocado en el mapeo del sector cultural, el comercio asociado y el patrimonio cultural local, partiendo de la zona más céntrica de la localidad. Se desarrolló una versión impresa y otra digital del mapa. El proyecto supone también un reconocimiento colectivo del entorno y se convierte en una excusa para visibilizar, reconocer y articular a los diferentes actores culturales entre sí y con su entorno vecinal, y para amplificar su mensaje de modo que llegue al resto de la ciudad. Como acompañamiento a esta labor del mapa se han realizado talleres, performances artísticas, recorridos patrimoniales, espacios de socialización, un mercadillo de arte, y se organizó un fin de semana de espacios culturales abiertos en simultáneo para toda Bogotá, con el propósito de conectar, crear red y hacer visible al resto de la ciudad lo que hace especial a Teusaquillo.

“Para la construcción del mapa hemos recibido mucha ayuda de los actores culturales locales, que han visto cómo la articulación y la creación de red nos ayuda y beneficia a todos. Estamos felices de contar con el apoyo de tanta gente y de servirles a todos, buscando siempre la reactivación del sector cultural de Teusaquillo”.



30. Blond Indian Films (671-183)

Matrioshka fue un proyecto de largometraje que, después de un largo periodo de inactividad al que se vio obligado el gremio cinematográfico, impulsó la reactivación de un gran personal artístico y técnico para su producción. Benefició directa e indirectamente a otras personas y a entidades que prestan servicios logísticos como alimentación y transporte, entre otros.

“La beca nos ayudó a dar el impulso inicial que necesitaba el proyecto en un momento coyuntural tan difícil para el cine colombiano independiente. Tras haber ganado la beca, los socios, apoyos e inversionistas empezaron a vincularse al proyecto, pues ya era un hecho que se iba a realizar. Al hacerse realidad, todos quienes participamos nos beneficiamos con la realización de la película”.



31. Sala de Belleza (671-186)

El proyecto Ciclo Efímero de las Artes produjo reactivación económica en el sector del arte contemporáneo, pues se programaron eventos de exhibición, difusión y venta de productos de artistas emergentes de la localidad. El proyecto incluyó un ciclo pedagógico conformado por dos talleres y un seminario sobre temas clave del ámbito artístico. Con estas actividades se buscó no solo capacitar a los artistas de la localidad para que sean competitivos, sino dar a conocer y comercializar sus obras. Asimismo, mediante la regularidad de estos eventos, Sala de Belleza podrá constituirse en un referente en el circuito artístico, que, además de exhibir, puede comercializar bienes y servicios artísticos para dinamizar la industria cultural del sector.



Es Cultura Local nos permitió programar una gran cantidad de eventos artísticos de calidad en el primer semestre del 2021. Además de incentivar económicamente a los artistas con nuestras convocatorias, logramos generar una dinámica económica entre docentes, productores, diseñadores, compradores y artistas que participaron en los eventos*.

32. Nicolás Junca Pérez (671-190)

El proyecto Música a la carta Teusaquillo creó un circuito de nueve experiencias ambulantes (presenciales y virtuales) que se llevaron a cabo en distintos espacios de la localidad, donde los principales componentes fueron la música y la gastronomía. Se crearon combos especiales por cada experiencia, que incluían productos de marcas y emprendimientos aliados de la localidad. Hubo descuentos, sorteos y premios interactivos durante las experiencias, y se contó con la participación de artistas como Los Rolling Ruanas, Diana Burco, Nicolás Junca, LaTenaz, y el Tres de Febrero, entre otros. La iniciativa contribuyó a la reactivación económica al crear una oferta cultural de calidad que generó empleo no solo para artistas, sino para todos los aliados que aportaron los productos de los combos.



El proyecto permitió crear una oferta cultural ambulante y de calidad en distintos espacios de la localidad, que generaron empleo no solo para artistas, sino para todos los aliados que aportaron sus productos y espacios físicos. Visibilizamos las marcas involucradas y dinamizamos la economía al vender los combos e interactuar y mover la energía creativa con los aliados del proyecto*.



33. Volcán Ediciones (671-201)

El proyecto El Bosque consistió en una serie de ocho laboratorios a los que se invitó a más de cien artistas para experimentar con diferentes tipos de impresión y producir objetos que funcionan como galerías nómadas, a la vez que soportes para la memoria de la producción visual colombiana, objetos editoriales que transportan imágenes a nuevos lugares, objetos que proporcionan encuentros entre dibujos y personas. Cada laboratorio finalizó con la publicación de un objeto impreso pensado para venderse. A los artistas participantes se les aseguró una oportunidad de ingreso económico, y se contrató a ocho impresores de la localidad; además, se realizaron tres ferias en las que los artistas e impresores pudieron vender su producción y contactarse con posibles futuros clientes y aliados.



La beca fue un incentivo maravilloso para impulsar en todas las localidades los procesos de creación, circulación y distribución de las expresiones artísticas lideradas por agentes culturales que tradicionalmente realizan este importante aporte social con muchas dificultades, por la falta de apoyo y carencias económicas. Esperamos que el incentivo continúe*.



34. María Fernanda Cuervo Alarcón (671-202)

Media Naranja Producciones, en alianza con Teatro Ciego de Colombia, desarrolló dos creaciones sonoras. Crearon Bacatá 360°, un audio binaural que hace un recorrido en bicicleta por la historia de la Localidad de Teusaquillo, y Box siente Colombia, que es una experiencia sensorial para vivir desde casa. El público vivió esta obra con el mejor sonido inmersivo y acompañado por una bebida y distintos estímulos sensoriales que llegaron a su casa en una caja estéticamente diseñada que contiene todos los accesorios para hacer acceder a experiencia sin usar el sentido de la vista. Estas dos creaciones reactivaron los sectores artísticos, gastronómicos, proveedores de materiales, artesanales, centros culturales y empresas de transporte, que se vieron beneficiados de forma directa gracias al estímulo otorgado a la investigación, creación, producción, promoción, difusión y comercialización de los dos productos artísticos mencionados.

“Es Cultura Local fue fundamental para los artistas de Bogotá. Gracias a este estímulo, todas las personas involucradas recibimos un pago por nuestro trabajo y pudimos pagar precios justos a las empresas proveedoras de productos y servicios. Estos estímulos crean un sistema creativo que visibiliza el territorio y a quienes lo habitamos, generando así una reactivación laboral y económica”.

35. Phonoclórica (671-205)

La agrupación produjo Mestizaje, una obra interdisciplinar que reúne música, danza, teatro y artes visuales en un producto audiovisual. La obra se fundamenta en una historia de transformación intra e interpersonal, y usó, como vehículo, las canciones de la agrupación Phonoclórica. Se han generado lazos económicos con más de veinte artistas, técnicos, proveedores, salas y espacios de ensayo para promover el flujo económico y la reactivación económica del sector creativo y cultural de la localidad.

“Este producto fue único. Reunió composiciones propias mixturando músicas tradicionales con músicas urbanas. Tuvo una narrativa mixta entre el mapping, el teatro, la música y la danza. Mestizaje es una obra interesante e intrépida, tanto en cine como en vivo”.



36. Circuito Artmenia (671-208)

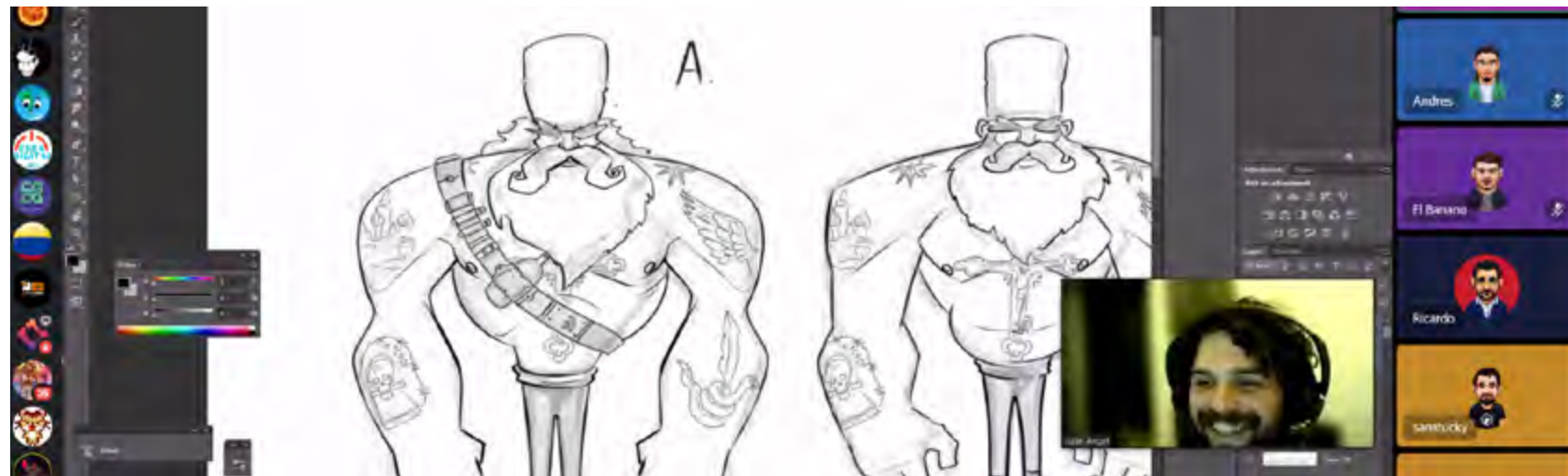
El proyecto Circuito Artmenia: Tejiendo Fortalezas generó dos estrategias para el apoyar la reactivación del sector artístico y cultural. La primera fue un proceso de formación de 48 horas basado en tres ejes: gestión, comunicación y administración. El desarrollo de esta propuesta fortaleció dichas competencias en seis proyectos de artistas y creadores de la localidad, quienes también recibieron un estímulo económico para impulsar sus propuestas según lo visto en el proceso de formación. La segunda fue la creación de un directorio digital de visibilización del sector artístico y cultural de las unidades de planeamiento zonal (UPZ) 100 y 101. Allí se recopilaron 45 ofertas y servicios del sector, que aparecen ubicados geográficamente, y de los cuales se exhibe la oferta comercial.

“Esta beca fue fundamental para la activación del sector artístico y cultural, y es más loable por haber brindado apoyo partiendo de una elección de los beneficiarios por localidades. Esto hace que los lazos entre los agentes del sector se fortalezcan y que el impacto en los territorios sea más puntual. Es Cultura Local favorece el reconocimiento y la visibilización de los agentes culturales y motiva a seguir apostándole al arte y la cultural como una manera de generar trabajo digno”.

37. 55 Estudios (671-212)

Esta microempresa audiovisual creó un semillero de emprendimiento mediante el cual se brindó acompañamiento a veinticinco iniciativas concentradas en el planteamiento de un videojuego. Se creó un documento de diseño, un kit de prensa y prototipos de los videojuegos. A los emprendedores se le ofreció las herramientas y el acompañamiento para que logaran convertir su idea en su proyecto de vida, en un emprendimiento o una empresa que impacte positivamente a la localidad y a la ciudad. El desarrollo de la iniciativa contribuyó a la reactivación económica y al fortalecimiento del sector cultural, en especial, el de las industrias creativas digitales.

“Nuestra propuesta buscó dar un paso más. Pensamos en el modo de generar un mayor impacto, de beneficiar a un número más grande de personas. El semillero que creamos fue un lugar en donde nuevos emprendimientos y nuevas empresas pudieron trabajar y multiplicar su influencia en la sociedad”.



38. Fundación de Títeres y Teatro La Libélula Dorada (671-216)

Con el fin de contribuir a la urgente reactivación cultural y económica de la localidad, la Libélula Dorada quiso dinamizar su propio espacio impulsando un proceso de apropiación entre los artistas y la comunidad mediante el XIX Festival de Blues y Jazz, el XX Festival de Danza Contemporánea, la franja Domingos Familiares y la realización de cuatro ferias de emprendimiento cultural. Se realizaron convocatorias públicas dirigidas a artistas y agrupaciones, y se realizó una temporada con obras del repertorio de La Libélula Dorada, dirigida a niños, adolescentes, jóvenes y adultos. El desarrollo de esta propuesta reactivó la economía cultural del sector y permitió que artistas, músicos, productores, emprendedores y personal de logística pudieran volver a los escenarios después de más de un año de inactividad.

“La beca permitió reactivar a la entidad para garantizar la estabilidad de su equipo de creación, administración y difusión, medida indispensable para que la entidad siga siendo un espacio teatral donde se han consolidado festivales de trayectoria de música, danza y títeres, que gozan de una gran proyección en la localidad y la ciudad”.



39. Escuela Itinerante Teatro Emplumado (671-225)

El proyecto El circo y el Teatro se Reactivan en Teusaquillo fortaleció aspectos económicos y pedagógicos de dieciocho agrupaciones. Se lanzó una convocatoria abierta a organizaciones teatrales y circenses que participaron en las líneas de creación, producción y circulación. Se seleccionaron dos propuestas —una teatral y una circense— para la creación, y seis propuestas escénicas —tres teatrales y tres circenses— para la producción. El equipo de Teatro Emplumado y artistas locales brindaron asesoría y acompañamiento a las agrupaciones en temas de dirección de arte, dirección de actores y entrenamiento actoral. Además, se apoyaron diez productos de teatro y circo que fueron seleccionados para la circulación en un circuito de teatro y circo itinerante que se presentó en diversos parques públicos y en el teatro de la Biblioteca Virgilio Barco. Circularon dieciocho propuestas de circo y teatro, lo que benefició a alrededor de sesenta artistas y a cerca de setecientas personas que participaron como público.

“El proyecto reactivó significativamente el sector de teatro y circo, no solo en el aspecto económico; también lo hizo en las líneas de creación, producción y circulación, y lo más importante, en el plano humano. La beca nos permitió volver a encontrarnos, sentir el afecto del público y entretener actividades a mediano y largo plazo con los y las artistas participantes”.





40. Círculo Colombiano de Artistas (671-227)

La reactivación económica fue planteada a partir de un proyecto que incluyó negocios y emprendimientos del sector en la cadena de valor cultural, además de sus productos, que llegarían con descuentos a la comunidad. Se involucró a los habitantes del sector mediante reuniones comunitarias, talleres teatrales de inclusión y talleres de producción audiovisual. Se puso en marcha la oferta cultural en el teatro Bernardo Romero Lozano, con funciones pagadas, otras con descuentos, funciones gratuitas y con aporte voluntario. Las obras en cartelera tuvieron presentaciones presenciales, y algunas, virtuales.



Fue alentador renacer después de un año de cierre. Este proyecto nos permitió involucrarnos con la comunidad. Hicimos el ejercicio de llegar a los hogares y a los negocios para decirles que solos no podemos hacer nada. Les hablamos del trabajo en equipo, de arremangarnos para salir adelante juntos, de la necesidad de compartir el camino*.

41. Fundación Estudios Artísticos y Culturales Grafitto (671-235)

La agrupación produjo Mestizaje, una obra interdisciplinar que reúne música, danza, teatro y artes visuales en un producto audiovisual. La obra se fundamenta en una historia de transformación intra e interpersonal, y usó, como vehículo, las canciones de la agrupación Phonoclórica. Se han generado lazos económicos con más de veinte artistas, técnicos, proveedores, salas y espacios de ensayo para promover el flujo económico y la reactivación económica del sector creativo y cultural de la localidad.



La beca posibilitó la realización de talleres de sensibilización y la creación de kits pedagógicos que se distribuyeron en charlas sobre la seguridad alimentaria y la sostenibilidad ambiental. Cuarenta kits fueron donados con el ánimo de fortalecer el sector cultural de la localidad. El proyecto permitió la reactivación económica de varias organizaciones, empresas, personas naturales y colectivos durante la producción, promoción y distribución de los elementos*.



42. Corporación Cultural y Artística Teatro Laboratorio La Huella (671-240)

En el desarrollo del proyecto Teusacá: Los Caminos del Agua y la Cultura, la corporación cultural creó una obra teatral centrada en la ecología, apta para todo público, en especial el infantil. El tema fue la importancia de la relación del ser humano con las fuentes de agua. El proyecto tuvo origen en un proceso de investigación que incluyó salidas de campo como metodología de creación teatral. Para su elaboración se realizaron dos travesías: una al páramo El Verjón, territorio donde nacen las fuentes hídricas que nutren los afluentes que circulan por Bogotá, y la segunda al desierto de Sabrinsky. En estos lugares se estructuraron los laboratorios de creación que dieron paso a la producción de la obra La profecía del frailejón. Con este proceso creativo se logró mejorar la calidad de vida de los integrantes del equipo de base, así como de los agentes culturales que resultaron beneficiados con el proyecto, que reactivó el ámbito económico y cultural local.



Es Cultura Local fue fundamental para la reactivación económica del sector cultural de las localidades, ya que apoyó las propuestas de agrupaciones, empresas y personas que habíamos pensado desarrollar proyectos a escala local, y que no se habrían podido llevar a cabo sin el auxilio de la beca*.



43. Agrupación Ars Vivendi (671-055)

La agrupación, mediante el proyecto Teusaquillo se Reactiva Culturalmente desde Casa, se propuso llevar nuevamente la cultura a los habitantes de la localidad con estrategias online de formación, gamificación y circulación. En el campo de la formación se puso en práctica la estrategia El Arte en Nuestras Casas, con talleres en las áreas de música y escritura creativa, espacios que incluyeron dos conversatorios y una velada cultural en los que, ante los asistentes, los talleristas y artistas mostraron los resultados. En la línea de la gamificación se realizó el festival online Hágalo en Casa, que mostró los productos de una serie de retos artísticos en redes sociales. Finalmente, se generó un espacio de circulación para la obra Celestino Amarillo, que fue presentada en el parque Los Ángeles, y posteriormente fue transmitida en formato digital.



En Teusaquillo, el programa Es Cultura Local es un ejemplo de cómo, al apoyar a los artistas para que hagan su trabajo, toda la comunidad se beneficia, pues se generan procesos que logran reactivar económica y socialmente a sus habitantes*.



ES CULTURA

LO  **CAL**

 10 años
IDARTES


ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.


BOGOTÁ