PROGRAMA DISTRITAL estímulos de para la cultura

FORMATO 1
FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROPUESTA
BECA LEP - "LA ESCENA EN EL CENTRO"

Líneas Estratégicas: Producción y Circulación

Antes de diligenciar este formato le recomendamos leer atentamente la convocatoria y asegurarse de haber resuelto todas sus inquietudes a través del canal de atención atencionalciudadano@fuga.gov.co .

RECUERDE QUE ESTE FORMATO DEBE SER DILIGENCIADO EN SU TOTALIDAD.

Se recomienda ser breve y preciso en la redacción de la propuesta.

1. TÍTULO DE LA PROPUESTA: BOGOTÁ DRUMLINE BATTLE

2. IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA JURÍDICA O AGRUPACIÓN

Nombre del participante	MARCHING4
Nombre del representante principal de la agrupación o representante legal de la persona jurídica según corresponda	**Laura Valentina Sogamoso Albarracín**
Cédula de ciudadanía del representante principal de la agrupación y/o NIT de la persona jurídica	1028660934
Teléfonos fijos / celular	3222398361
Localidad	Santa Fé
Dirección correspondencia	Carrera 14 No. 4 – 70 Int 11 Apt. 601
Correo electrónico	marching4oficial@gmail.com
En caso de ser persona jurídica ¿cuenta con sede física?	Sí___ No___

Área(s) de las artes escénicas que se desarrollará(n) en la propuesta	Música _X_ Danza _X_ Teatro _X_
Ubicación específica en la que se desarrollará la propuesta	Localidad y espacio público seleccionado: Localidad de Santa Fe: ● Parque Bicentenario __ ● Plazoleta de las Nieves __ ● Parque Santander __ ● Media Torta Girardot __ ● Parque Tercer Milenio __ ● Plaza de los Periodistas __ Localidad de Los Mártires: ● Plazoleta del Voto Nacional __ ● Plaza España __ ● Parque Renacimiento __ ● Polideportivo del barrio Eduardo Santos __ ● Parque El Cubo del barrio Santa Isabel _X_ Localidad de La Candelaria: ● Parque de la Concordia __ ● Plaza mercado de la Concordia __ ● Plazoleta de la iglesia del barrio Egipto __ ● Plazoleta del Archivo Distrital del barrio Santa Bárbara __

3. PARTICIPANTE

3.1. Trayectoria del participante en las artes escénicas
Realice una breve descripción de la trayectoria de acuerdo con el perfil del participante

marching4

Marching4 nace de la Ejecución de la Beca el Arte y la Cultura se crean en Casa 2020; convirtiéndose en la primera plataforma de Formación y Visibilización de las Bandas de Marcha en Bogotá.

Se creo la primera Red Social para Bandas de Marcha impulsado a través de cursos de Formación especializada en técnica instrumental, diseño, drill y composición a los que asistieron mas de 900 integrantes de Bandas de Bogotá y de diferentes ciudades del Mundo; finalizando con la primera clínica de Bandas de Marcha en marzo de 2021.

Hicimos la primera producción discográfica de Bandas de Marcha, con un concurso de Composición en el que se eligieron las mejores 7 obras y a la de mejor puntaje se le hizo un video clip.

Participamos en diferentes proyectos como Flash Mob CDM436; Bogotá Gran Banda; además fuimos los encargados de la producción del III Concurso Nacional de Bandas de Marcha Rafael Núñez y de la Producción del Cierre de las Convocatorias Es Cultura Local de la Agrupación Tyguas Drumline.

Hemos sido ganadores de Estímulos Es Cultura Local en el año 2022 y 2023; además de ser ganadores de la Beca para la Comunicación Comunitaria 2022 y 2023, con proyectos que han tenido mas de 35 mil visitantes virtuales.





3.2. Experiencia en realización y/o producción de eventos para las artes escénicas
(Recuerde que la convocatoria exige una experiencia mínima certificada de cinco (5) proyectos en la realización y/o producción de eventos para las artes escénicas)

Enliste los proyectos en los que ha realizado eventos para las artes escénicas que considere más importantes o representativos, desarrollados por el participante.

Incluya solo aquellos de los cuales pueda aportar evidencias, estas deberán estar en orden cronológico de la más reciente a la más antigua, debidamente nombradas y enumeradas en el documento pdf que anexe como "Soportes de la experiencia y trayectoria del participante".

La información que relacione en esta tabla debe coincidir con los soportes del pdf.

Tenga en cuenta que será valorado positivamente, los soportes alrededor de la realización y/o producción de eventos en el espacio público.

Adicione las filas que requiera.

No. de soporte	Tipo de soporte anexado	Fecha de inicio y terminación	Descripción del evento
1.	• ***Carta Certificación y Fotografías***	***Julio 9 de 2023***	Producción Cierre Es Cultura Local Ciudad Bolívar – Ciudad Bolívar Drum Corps; Tyguas Drumline
2.	• ***Carta Certificación y Fotografías***	***Octubre 29 de 2022***	Producción Concurso de Bandas Rafael Núñez
3.	• ***Flyers Evento***	***Sábado 30 de Octubre 2021 – Noviembre 14 de 2021***	Conformación de Bogotá Gran Banda; con 150 músicos y 50 bailarines de las Bandas de Marcha de Bogotá; Presentación en Movistar Arena; Plaza de la Hoja y en el Estadio el Campín.

4.	• ***Carta Certificación*** • ***Link video***	***Julio 2 de 2021 – Julio 3 de 2021***	Flash Mob en el Chorro de Quevedo
5.	• ***Flyers Publicidad Curso.*** • ***Links Facebook*** • ***Carátula CD***	***Marzo 30 de 2021 – Junio 4 de 2021***	Se realizó un curso de composición para directores de Bandas de Marcha que finalizó con un Concurso de Composición; las mejores obras se grabaron en el primer Cd para Bandas de marcha y se realizó video clip de la obra ganadora
6.	• ***Flyers Evento*** • ***Link Muestra Final*** • ***Cartillas Clínica a Nombre de Laura Sogamoso***	**Febrero 19 de 2021 – Marzo 22 de 2021**	Cursos Virtuales y Campamento Taller: Se realizó un curso virtual en el que asistieron mas de 900 personas de diferentes lugares del mundo; para finalizar se hizo la primera clínica para Bandas de Marcha con un staff de 20 profesores y mas de 150 asistentes; el Soporte en Producción realizado por Laura Valentina Sogamoso.

4. PROPUESTA

4.1 Resumen de la propuesta
Marching4 Realizará el evento denominado Drumline Battle en el Parque Santa Isabel Occidental; se trata de un evento que tendrá dos categorías 1. Batallas de Percusión 2. Competencia de Front Ensamble tipo WGI (Winter Guard International); este evento contará con las disciplinas de Música, Danza y Teatro en las presentaciones.
4.2 Justificación y pertinencia *¿Por qué es importante realizar esta propuesta? ¿Por qué es adecuada para la población que participará y el territorio en donde se realizará? A partir de las preguntas anteriores, señale las razones que motivan su propuesta y la pertinencia de su desarrollo.*

Las Bandas de Marcha de Bogotá son un movimiento en el que participan mas de 30 mil niños y jóvenes de diferentes sectores de la ciudad; es uno de los movimientos artísticos mas grande y sobresaliente que no cuenta con espacios de circulación y de visibilización grandes.

Drumline Battle llevará un espectáculo de estándar internacional al centro de Bogotá, en donde beneficiaremos el talento local y daremos a conocer los mejores artistas de las líneas de Percusión de Bogotá y Cundinamarca.

Este evento será el punto de encuentro del sector de las Bandas y dará a conocer como en escenarios no convencionales se pueden desarrollar proyectos de gran magnitud.

En Bogotá es la única ciudad grande del país que no cuenta con un evento macro para las Bandas de Marcha y esta beca es la oportunidad para realizarlo.

4.3 Objetivo general
¿Cuál es el propósito central de la propuesta?
(Recuerde que los objetivos empiezan con un verbo en infinitivo).

Realizar el primer Drumline Battle en la Ciudad de Bogotá, en el parque Santa Isabel; asegurando la participación de las mejores 16 líneas de Percusión y 4 Conjuntos de Front Ensemble con jurados especializados y una puesta en escena en espacio no convencional.

4.4 Objetivos específicos
Indique mínimo 3 objetivos específicos que permitan cumplir el objetivo general.

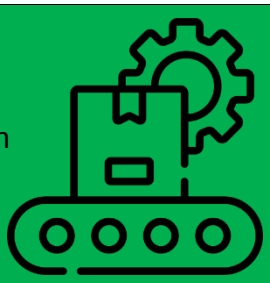


Objetivo específico No.1

CONVOCATORIA: Convocar las líneas de Percusión y Conjuntos de Front ensamble para que a partir de Videos, tengamos las mejores 16 líneas y 4 Front Ensembles; además de convocar 3 Jurados expertos en Percusión.

Objetivo específico No.2

PRODUCCIÓN: Realizar la Preproducción del Evento Drumline Battle que consiste en Invitaciones, Permisos, promoción y Logística Previa; la producción basada en el Evento de duración de 4 horas, realizado un sábado desde las 5 pm. y la posproducción que es la entrega de todos los estímulos y premios del Evento.





Objetivo específico No.3

DIFUSIÓN: Lograr un alcance de 300 personas en sitio y un alcance de mas de 3000 personas a través de las redes sociales del evento y de nuestros aliados; además de lograr un video de alta calidad que será trasmitido en donde se den a conocer los participantes como la invitación a conocer los diferentes lugares del Centro de Bogotá.

4.5 Evento de las artes escénicas a desarrollar.
Describa cómo se estructura y desarrolla en términos artísticos el evento y las puestas en escena.

DRUMLINE BATTLE

El Drumline Battle es el evento Callejero de Líneas de Percusión; Para este evento tendresmos dos modalidades:

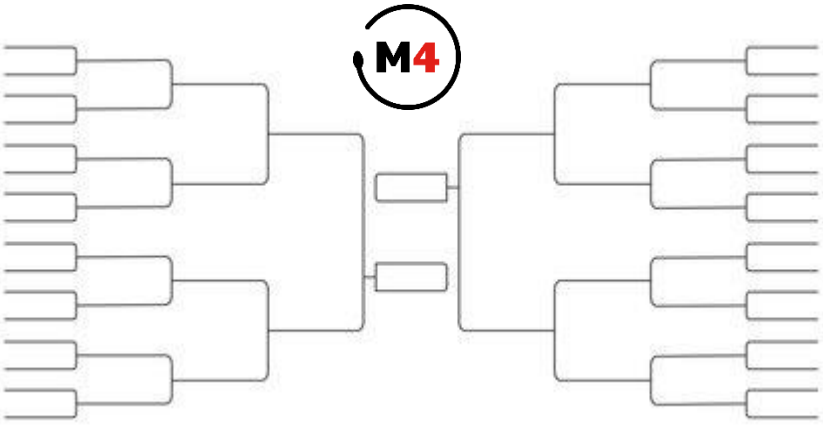
LÍNEAS DE PERCUSIÓN: Conformadas con los siguientes instrumentos: Redoblantes, Bombos, Platillos y Tenor, además de todos los instrumentos de percusión que se puedan cargar.

FRONT ENSAMBLE: Tipo WGI, agrupaciones que pueden participar con los instrumentos anteriores y además instrumentos de percusión sinfónica y electrónicos; pueden participar compañías de Danza dentro del Show.

Clasificará un total de 16 líneas de percusión las cuales serán evaluadas previamente para seleccionar 4 cabezas de serie y de esta manera lograr que la final sea entre las mejores líneas, con un sistema de eliminación directa.

PROGRAMA DISTRITAL estímulos de para la cultura

SISTEMA DE COMPETENCIA DRUMLINE BATTLE – LÍNEAS DE PERCUSIÓN



TIPO DE ESCENARIO DRUMLINE BATTLE



Tendremos un total de 15 Enfrentamientos con una Duración de 10 minutos cada una (Incluye entrada y selección de ganador)

Para la competencia de front Ensamble, cada compañía preparará un show de máximo 8 minutos, en donde tenga Percusión de Banda, Sinfónica y Bailarines.

Se premiará a todas las líneas participantes clasificadas que obtendrán reconocimiento económico y premios otorgados por nuestros patrocinadores adicionales.

El evento de cierre y deliberación tendrá la participación de la Mejor Banda de Marcha de Bogotá de acuerdo al ranking de 2023.

4.6 Material audiovisual de las propuestas artísticas a programar.
Relacione por cada uno de los artistas que programará en su evento los enlaces o links al respectivo material audiovisual de las presentaciones a realizar y que permitan evaluar su calidad artística y su puesta en escena.

Este evento en su preproducción evaluará mas de 30 líneas de percusión; sin embargo dejamos links de líneas con las que establecimos contacto y participarán de esta versión:

DRUMLINE GRAN BANDA: https://www.youtube.com/watch?v=iS1wP1eaHog
DRUMLINE MEVA: https://www.youtube.com/watch?v=WD_NPBPQIIc
FENIX DRUMLINE: https://www.youtube.com/watch?v=htTd97swkNs
CDM436: https://www.youtube.com/watch?v=VawRyM1oheM

Front Ensemble:
https://www.youtube.com/watch?v=wVFGriwk5ac
https://www.youtube.com/watch?v=Ck3MguEIBNY

ENTRE OTROS.

4.7 Aporte al sector de las artes escénicas.
Describa el aporte de la propuesta para incentivar, potenciar y dinamizar la producción de eventos de las artes escénicas, en las disciplinas de música, teatro y/o danza.

El sector artístico de las Bandas de Marcha de Bogotá está conformado por cerca de 35 mil integrantes; la visibilización que tienen estás agrupaciones no es acordé a la calidad de sus shows.

Desde Marching4 vamos a resaltar este sector de las Artes Escénicas con Shows de Percusión y de ensambles frontales en los que se fusiona la música, la danza y el teatro.

Las Bandas de Marcha de Bogotá están creciendo en Calidad Musical y Artística y está Beca es la oportunidad para demostrar estos shows de alto impacto que se viven en toda la ciudad para el público del Centro de nuestra Capital

4.8 Aporte a la apropiación del espacio público.
Describa el aporte de la propuesta para contribuir a la apropiación del espacio público seleccionado por parte de la ciudadanía.

Las Bandas de Marcha se convierten es un foco de actividades de aprovechamiento del tiempo libre y de aprovechamiento de los equipos e infraestructuras locales; realizar un festival de esta categoría invitará a mas personas a aprovechar los escenarios no convencionales.

El parque Santa Isabel es uno de los espacios mas grandes de la Localidad de Martires y puede ser un lugar de realización de diferentes eventos y sede de alguna de estas agrupaciones.

Aprovecharemos todos los parque que tiene Santa Isabel para la adecuación de camerinos y lugares de calentamiento, con el objetivo que la economía local del sector se vea dinamizada durante la previa y el momento de desarrollo de nuestro evento.

5. FASES, ACTIVIDADES Y RESULTADOS

Describa las acciones requeridas para el desarrollo de la producción desde los componentes artístico, técnico y logístico.
Mencione las actividades relacionadas con la planeación, difusión, desarrollo y evaluación del evento.

FASE	ACTIVIDADES *(Enliste y describa las actividades necesarias para el desarrollo de cada una de las fases, agregue cuantas actividades considere necesarias)*	RESULTADOS Y/O PRODUCTOS ESPERADOS *(Asocie a cada una de las actividades propuestas, el (los) resultado(s) o producto(s) esperado(s), puede(n) ser cualitativo(s) y/o cuantitativo(s))*

Preproducción	1. Convocatoria Jurados 2. Convocatoria Líneas de Percusión y Front Ensemble. 3. Elección Jurados y Clasificación Líneas Participantes. 4. Selección proveedores de Sonido, Refrigerios y Carpas. 5. Convocatoria de Marcas patrocinadoras.	1. Hojas de Vida de al menos 10 Jurados Expertos. 2. Videos de 30 Líneas de Percusión de todo el país. 3. Elección de 3 Jurados (1 internacional); 16 líneas participantes y 4 conjuntos de Front Ensemble. 4. 1 Proveedor de Sonido, de Refrigerios y Carpas. 5. 3 Patrocinadores Macors del evento
Producción	1. Instalación de Carpas en sitio de eventos y 4 Carpas de alistamiento y calentamieto en parques aledaños. 2. Prueba de Sonido en horas de la mañana. 3. Realización de Evento 4 Horas. 4. Difusión y Alcance	1. 4 Parques seleccionados para calentamiento. 2. Sonido para 300 personas en exteriores. 3. Evento Drumline Battle con 16 líneas participantes. 4. Mas de 5 mil personas viendo el evento de forma virtual.
Postproducción	1. Entrega de Premiación. 2. Producción de Video alta Calidad. 3. Informes	1. Premiación en efectivo para 20 agentes artísticos . 2. Video de memoria social. 3. Informes

6. VIDEO

Sustentación de la propuesta
Exposición de máximo 5 minutos en la que se presenten a los jurados: la trayectoria del participante, idea central de la propuesta y su contribución al sector de las artes escénicas de la ciudad.

Especificaciones técnicas del video:

- *Debe estar publicado en una plataforma como YouTube o Vimeo.*
- *Debe publicarse con acceso abierto al público para permitir su visualización hasta la publicación de los ganadores de la convocatoria. Revise y realice las pruebas necesarias para comprobar que funciona.*
- *La fecha de publicación del video en la plataforma, no puede ser posterior a la fecha de cierre de la convocatoria.*

El video de sustentación de la propuesta se encuentra en el siguiente enlace:

https://youtu.be/TpIj-CZXDvk

7. POBLACIÓN

7.1. Beneficiarios directos
Describa la población que se beneficiará de manera directa con los recursos de la convocatoria. Mencione los artistas que se presentarán durante el evento, el personal técnico para la producción y el equipo de trabajo vinculado para la realización del evento.

Los Beneficiarios directos son las personas encargadas de la producción general del evento y logística (20 personas), además tendremos 20 agrupaciones que recibirán reconocimiento económico por su participación en el evento.
Tendremos también proveedor de sonido, refrigerios y carpas.

7.2. Comunidades, audiencias y públicos a quiénes va dirigida la propuesta
Describa la población que espera beneficiar con la propuesta (beneficiarios indirectos).

El sector de las Bandas de Marcha de Bogotá será el mas interesado, aunque nuestra propuesta tiene la capacidad de atraer público itinerante; será un espectáculo que puede verse en familia y una persona de cualquier edad puede disfrutarlo.

7.3. Plan de convocatoria de públicos
Describa las actividades que adelantará para garantizar la convocatoria del público al evento a realizar y explique cuáles serán las estrategias publicitarias, mercadeo, comunicación y difusión.

Marching4 se ha caracterizado por sus convocatorias virtuales; tenemos una base de datos con mas de 900 personas inscritas que estarían interesadas en el evento.

Tenemos aliados importantes:

MARCHING BAND ENTERTAINMENT COLOMBIA
YOUTUBE: 1300 USUARIOS
FACEBOOK BANDAS MUSICO MARCIALES COLOMBIA
62.831 USUARIOS ACTIVOS

RADIOMARCHING LATINOAMÉRICA
RADIO ONLINE DE USO DE LAS BANDAS DE MARCHA
2500 OYENTES SEMANALES

Adicionalmente haremos una campaña de expectativa y haremos volantes y afiches que serán distribuidos en redes sociales y en todo el sector de Santa Isabel y los barrios aledaños de este sector de los Martires.

7.4. Indicadores *Cuantifique la población que espera beneficiar directa o indirectamente con la propuesta.*	**No. de personas**
Número de personas que ejecutan la propuesta (administrativos, logisticos, tecnicos, etc) (beneficiarios directos)	40
Número de artistas (beneficiarios directos)	20 Agrupaciones (cerca de 200 personas)
Número de personas o público a quienes se dirige la propuesta (beneficiarios indirectos)	300 en vivo mas de 5 mil en virtual.

Número de espectáculos o presentaciones a realizar durante el evento	15 Batallas, 4 presentaciones de Show y 1 Banda invitada.

Señale con una X a quién va dirigida su propuesta *(edades, sector o grupo poblacional al que pertenecen como mujeres, víctimas, afrodescendientes, etc.). Puede seleccionar más de uno en cada literal:*

a. Rango de edades

Grupos etáreos	***Número***
Primera Infancia 0-5	
Infancia 6-12	*X*
Adolescencia 13-17	*X*
Juventud 18-28	*X*
Adultez 29-59	*X*
Persona Mayor + de 60	*X*

b. Género y grupo étnico

Personas por género	***Marque con una X***
Femenino	*X*
Masculino	*X*
Transgénero	*X*
Personas por grupo étnico	***Marque con una X***
Afro	*X*

Raizal	*X*
Indígena	*X*
Rrom o gitano	*X*
Mestizo	*X*
Otros	*X*

c. Características sociales y poblacionales

Grupos sociales y poblacionales	***Marque con una X***
Comunidades rurales y campesinas	
Personas con discapacidad	X
Artesanos	X
LGBTIQ+	X
Víctimas del conflicto armado	
Personas en condición de habitabilidad en calle	
Personas que realizan actividades sexuales pagas	
Personas privadas de la libertad	
Reincorporados y/o excombatientes	

7.6. Estrategia comunicativa

Describa las actividades que adelantará para garantizar la convocatoria del público al evento a realizar y explique cuáles serán las estrategias publicitarias, de mercadeo, de comunicación y de difusión.

Posteriormente, enuncie las actividades de divulgación y socialización de las actividades durante la ejecución del evento.

Nuestra estrategia de comunicaciones se hará en tiempo real, a través de redes sociales, realizaremos un Facebook Live explicando los avances del Proyecto y cápsulas informativas.

Nuestro Equipo de Comunicaciones se encargará del diseño y difusión de piezas comunicativas tanto para las convocatorias, como para la publicidad y expectativa en campo de la puesta en escena.

Realizaremos una serie de 4 Cápsulas de campaña de expectativa.

Un video de alta calidad de la memoria social.

Diseño de al menos 4 piezas digitales.