



ANEXO 23 CONDICIONES TÉCNICAS EXIGIDAS

1. UN SAFARI EN NUESTRO PATIO.....	1
2. INFLUENCIA2.....	7
3. BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE.....	11
4. BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO.....	17

1. UN SAFARI EN NUESTRO PATIO

Tipo de producto: Serie multiformato de no ficción.

No. de capítulos y duración:

- Dieciséis (16) microprogramas de doce (12) minutos cada uno (con componente animado).
- Ocho (8) videocast de veinticuatro (24) minutos cada uno.
- Dos (2) especiales recopilatorios de cincuenta (50) minutos cada uno.

Género/Formato: Híbrido.

Formato técnico de realización: FULL HD.

Presupuesto: Seiscientos diez millones de pesos \$610'000.000 (IVA INCLUIDO).

Plazo de ejecución: Cinco (5) meses contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

Objetivo:

Visibilizar la riqueza de la fauna que convive en Bogotá con sus habitantes, mostrada a través de experiencias de descubrimiento, asombro y apropiación de niños y niñas de la ciudad, celebrando la fantasía, creatividad y curiosidad propias de la infancia para fomentar actitudes de cuidado y conservación de la vida silvestre y sus hábitats.

Se busca:

- Fortalecer de manera lúdica el vínculo entre los niños y niñas de Bogotá con su entorno a través de la sensibilización sobre la fauna presente en el territorio.
- Visibilizar los imaginarios de los niños y niñas sobre su entorno medioambiental y su capacidad para observar, analizar, descubrir y plantear hipótesis.
- Inspirar a los niños y niñas de la audiencia a explorar los espacios que habitan, fomentando su interés por la ciencia y la investigación a través del acercamiento a la fauna local.
- Mostrar cómo el arte y la creatividad pueden ser herramientas poderosas para la apropiación de temas de interés de niños y niñas, así como para la sensibilización alrededor de temas ambientales.
- Incentivar a los niños y niñas a explorar su creatividad e imaginación y utilizarla para comunicar sus ideas e intereses.
- Crear conciencia sobre la importancia de preservar las especies con las que convivimos dentro de la ciudad.

Audiencia:

Niños y niñas de 7 a 12 años.

En esta etapa los niños y niñas experimentan un desarrollo significativo en su identidad y relaciones sociales, comienzan a consolidar sus preferencias e intereses personales, lo que contribuye a la construcción de su individualidad y los impulsa a explorar actividades que reflejen sus pasiones. La interacción con sus pares adquiere mayor relevancia ya que buscan aceptación y valoran las opiniones de sus compañeros; este deseo de pertenencia se manifiesta a menudo en un interés por participar en clubes y grupos donde puedan compartir experiencias con otros niños y niñas que compartan sus intereses. Tienen claro que ocupan un lugar en estructuras sociales que van más allá de lo individual, por lo que un interés frecuente es el de las temáticas ambientales al ser conscientes de que sus acciones pueden impactar el planeta que habitan tanto negativa como positivamente. La expresión artística a través del dibujo y las palabras juega un papel primordial para comunicar pensamientos, sentimientos y emociones y para divertirse mientras aprenden.

Tema y enfoque:

La diversidad de la fauna que habita la ciudad de Bogotá, la importancia de su conocimiento, conservación y la posibilidad de coexistencia armónica entre animales y humanos. El tema se aborda desde la perspectiva de niños y niñas habitantes de la ciudad, quienes a través de sus historias personales, curiosidad, fantasía y creatividad acercan a la audiencia a conocer y valorar la riqueza biológica de la ciudad que habitan de manera divertida.

Sinopsis:

Además de sus habitantes humanos, Bogotá es hogar de una fauna diversa y a menudo desconocida e ignorada; desde especies nativas que poblaban estas tierras antes de la expansión urbana, hasta otras foráneas que se han adaptado a convivir con nosotros en los espacios de cemento y ladrillo. En esta serie 16 niños y niñas cuentan cómo, cuándo y por qué se interesaron, acercaron o conocieron alguna de estas especies; y con la guía de un mediador artístico que hace las veces de presentador, cada protagonista muestra al mundo su pasión por su animal favorito a través de imaginación y animación.

El proyecto busca llevar a la audiencia por una experiencia de descubrimiento de la fauna con la que convivimos, al tiempo que celebra la curiosidad de las infancias, su creatividad sin límite y su capacidad no solo de aprender sino de enseñar aquello que les interesa.

Microprogramas

A continuación se ofrece un modelo de estructura que puede variar de acuerdo con la propuesta creativa y el modelo de producción de cada proponente, sin embargo, es importante que se tenga en cuenta que se incluyan los elementos que se describen a continuación:

SEGMENTO DOCUMENTAL – CONOCIENDO AL PROTAGONISTA:

El niño o niña protagonista nos guía en un recorrido por su mundo, establece diálogos con las personas que comparten sus actividades y nos demuestra con acciones y situaciones cómo es su vida cotidiana y cuál es la especie habitante de la ciudad con la que ha tenido contacto o por la que tiene especial interés. Entendemos dónde y cómo se ha dado ese acercamiento, los descubrimientos que ha realizado sobre la especie y cómo se da esta relación que puede ser cotidiana o dada en momentos específicos; todo ello para entender la razón de la fascinación del protagonista por el animal en cuestión al mismo tiempo que entrega a la audiencia información valiosa sobre la especie desde su perspectiva y particular experiencia de aprendizaje.

EXPERIENCIA DE CREACIÓN - APROPIACIÓN POR MEDIO DEL ARTE:

El o la conductora del programa, alguien expresivo, carismático y con formación y experiencia como mediador artístico con niños de la edad destinataria; invita al protagonista a un espacio especial donde encontrará las herramientas que necesita para que su animal favorito pueda ser conocido por el mundo. Con su guía el niño o niña realizará un trabajo de creación y expresión visual basado en la especie animal del episodio; el resultado es un diseño de personajes, una propuesta estética y una historia que recoge no sólo la experiencia previa del protagonista con el animal sino también - y sobre todo - lo que el niño imagina que este hace, sabe, teme o ama.

SEGMENTO DE FICCIÓN ANIMADA – IMAGINACIÓN Y ANIMACIÓN:

Las creaciones realizadas en el segmento anterior son los insumos para la producción de una pieza animada realizada por profesionales, en la que se pone en escena una historia donde prima la subjetividad del protagonista en relación a la especie mostrada en el capítulo. La duración de esta pieza de ficción será de **mínimo un minuto** y deberá basar tanto su contenido como su estética en la experiencia creativa que se ha registrado en cámara. Este segmento debe ser comprensible no sólo como parte de los capítulos sino también como una pieza independiente.

Videocast

Para los videocast se podrá contar con un mediador de ciencia o alguien con un perfil o experiencia similar para desempeñar ese rol de anfitrión y promotor de conversaciones divertidas, disparatadas y entretenidas a la vez que comparte información valiosa para la audiencia sobre el medio ambiente y la fauna que habita Bogotá. Los invitados a conversar serán los niños y niñas protagonistas de los episodios, dos de ellos por cada videocast. El criterio para agrupar estas parejas podrá ser que los animales abordados por cada uno compartan el mismo hábitat u otros parámetros de agrupación temática que surjan desde la investigación centrados en los diversos lugares de la ciudad que son territorio para la vida animal.

Con la guía del anfitrión se dará un diálogo horizontal, creativo y divertido, en el que se profundiza sobre los imaginarios que cada niño o niña tiene sobre las especies animales abordadas, puntos en común y diferencias entre los dos animales, anécdotas sobre sus vivencias con estos, datos desconocidos sobre la ciudad como hogar de esta fauna, ideas para disfrutar del hábitat sobre el que conversan, entre otros. Podrá ser también un espacio para que los invitados pregunten al anfitrión todo lo que siempre han querido saber y aún no saben sobre sus animales y lugares favoritos, e incluso para conversar sobre la experiencia de co-crear un producto audiovisual. Para promover el diálogo espontáneo con los niños y niñas, el anfitrión podrá valerse de estrategias lúdicas que promuevan la charla.

Especiales

Los dos capítulos especiales serán una recopilación de todas las animaciones producidas para los episodios, cada especial agrupará ocho de ellas y a partir de una reedición del material de los dieciséis capítulos y de contenidos extras que hayan quedado por fuera, las presentará dando un contexto que recuerde a la audiencia quién es el creador de cada historia, un poco de su vivencia con la especie animal retratada y el proceso creativo que llevó al resultado de las piezas animadas.

Como plato fuerte de estos especiales la audiencia podrá ver el momento en que cada niño o niña visualiza por primera vez el resultado animado de su proceso creativo, registrando en cámara sus reacciones y dándole la oportunidad de concluir lo que ha sido su experiencia de participación en el programa.

Para enriquecer el resultado de este componente del proyecto se pueden incluir imágenes de detrás de cámara, “bloopers”, material no incluido en el corte final de los episodios o cualquier registro pensado especialmente para estos especiales que sea viable realizar según el modelo de producción presentado por el proponente.

Cubrimiento temático:

El tema central de cada episodio será la especie animal abordada; sus características, comportamientos, hábitat, relación con los humanos, interacción con otras especies (de fauna o flora) y cualquier otra particularidad que nos permita conocerla. Dichas especies pueden pertenecer a las siguientes categorías:

TEMAS TRANSVERSALES

- Fauna nativa: especies animales - endémicas o no - originarias del área geográfica ocupada por Bogotá. Algunos ejemplos son: copetón, tingua bogotana, lagartija anadia de Bogotá, bagre capitán de la sabana, cuy, cucarrón de mayo o chisa, abejorro andino, polilla bruja, cucarachero de pantano, rana sabanera, camaleón del páramo, mirla patinaranja, monjita de agua, colibrí pico de espina.
- Fauna de amplia distribución geográfica no necesariamente originaria de la región pero presente en ella. Ejemplos: araña saltarina, mosca de las flores, chinche espina, diversas especies de abejas, mariposas, moscas, escarabajos, hormigas y otros artrópodos e insectos.
- Especies migrantes cuyos ciclos de desplazamiento incluyen la región de Bogotá. Ejemplos: verderón verdiamarillo, tingua azul, murciélagos de varias especies (trompudo de Gray, de rostro largo, migratorio rojizo, etc.).
- Especies foráneas: animales no originarios de la zona que se han extendido por la región, algunos afectando con su presencia los ecosistemas de la ciudad, algunos adaptados a la convivencia con humanos. Ejemplos: paloma doméstica, caracol café de jardín, langostilla de río, caracol gigante africano.

Algunos temas que podrían abordarse transversalmente tanto en los episodios de la serie como en los videocast incluyen:

- Estado de conservación de las especies, amenazas presentes para su supervivencia y acciones cotidianas que se pueden implementar para favorecer su conservación.
- Contribuciones que los animales abordados en los episodios hacen al equilibrio de sus hábitats e incluso al bienestar humano.
- Bogotá como destino de especies migratorias, ciclos migratorios y características que hacen de los espacios de la ciudad destino de numerosas especies.
- Cambio climático, variaciones en el tipo de animales presentes en el territorio debido al aumento promedio de la temperatura de la ciudad, consecuencias de estos cambios tanto para los humanos como para los animales locales.

Cubrimiento geográfico:

Esta serie se desarrolla en Bogotá. Debe incluir espacios ubicados en al menos 8 de las 20 localidades de la ciudad y es deseable que al menos uno se desarrolle en la ruralidad. Las locaciones posibles incluyen espacios cotidianamente habitados por los niños y niñas donde según cada caso se haya dado el contacto con la especie animal del capítulo (patios, balcones, antejardines, etc.). Para

abarcando un espectro amplio de la diversidad de fauna presente en la ciudad se recomienda incluir los siguientes espacios donde la presencia de especies animales es más habitual:

- Parques
- Humedales
- Cerros
- Páramos
- Canales y ríos
- Periferia de la ciudad

Tratamiento:

- La elección de las especies a abordar en cada episodio puede darse, o bien a partir de la investigación sobre la fauna presente en Bogotá identificando cuáles de ellas permiten al proponente un abordaje alineado con los requerimientos del proyecto, o bien identificando personajes con historias y experiencias memorables alrededor del interés de los niños y niñas sobre los animales. La investigación debe garantizar en todo caso que hay una representación suficiente de la variedad biológica de la fauna en la ciudad.
- Para la selección de los dieciséis protagonistas es importante que representen la diversidad de los niños y niñas de Bogotá, priorizando como criterio de selección su interés, imaginación, conocimiento, experiencia previa o gran interés en los animales que se visibilizarán en los episodios. Si bien es deseable que posean conocimientos sobre estos, no se pretende que sean expertos, sino que compartan lo que han aprendido a través de sus vivencias y exploraciones, siempre desde el asombro y develando lo que dichas experiencias han significado para ellos no solo como fuente de conocimiento sino desde lo emotivo.
- Para enriquecer el seguimiento al protagonista y su relación con el animal abordado en el capítulo, es deseable no limitarse al registro audiovisual del equipo de realización sino incluir otros recursos que ayuden a la audiencia a visualizar mejor la experiencia del personaje y las características de la especie; por ello son bienvenidas imágenes de archivo, ilustraciones, animaciones, imágenes capturadas por el protagonista o las personas que lo rodean, dibujos y cualquier otro tipo de creación que pueda aportar al relato del niño o niña protagonista.
- Así mismo se puede considerar que el protagonista no esté solo en la experiencia de creación sino que participe otro niño o niña con quien pueda compartir el proceso, esto para enriquecer las posibles situaciones que puedan darse durante esa experiencia.
- Aunque los episodios se centran en un niño o niña protagonista, en el registro de su relato puede estar acompañado por familiares, amigos, maestros o cualquier otra persona que sea relevante para las acciones documentadas, privilegiando siempre la acción y no solo el registro estático de testimoniales.
- Si bien en la estructura propuesta en los microcontenidos se plantea la participación del presentador/mediador artístico a una sola sección de los episodios, queda a elección del proponente que se involucre de otras maneras si se considera un recurso útil para la narrativa y solidez del resultado final.
- El "lugar especial" donde se realiza el proceso de creación puede ser un estudio que se ambientará según una propuesta de arte coherente con los objetivos, temática y audiencia del proyecto. Puede ser también una locación siempre y cuando garantice condiciones de calidad para el registro de imagen y sonido y su uso sea viable según las condiciones del diseño de producción. Para esta sección se sugiere el uso de dos cámaras como mínimo para poder registrar las reacciones de los participantes al mismo tiempo que se documenta con detalle el proceso de creación.
- Para la realización de las piezas animadas se espera que la propuesta creativa describa cómo se logrará que el resultado tenga buen nivel técnico y narrativo respetando la estética

desarrollada por el protagonista en la experiencia de creación registrada en cámara. Se puede proponer la técnica de animación que el proponente considere viable y adecuada para lo que el proyecto requiere, en todo caso diseñando estrategias que permitan incluir de manera evidente en la animación final los insumos del proceso creativo del niño o niña.

- El conductor o conductora de los microprogramas y el anfitrión de los videocast podrá ser la misma persona, si cumple con el carisma, la aptitud, suficiencia e idoneidad de empatizar y trabajar horizontalmente con niños y niñas tanto en mediación artística como de ciencia; si se considera mejor optar por talentos distintos para cada formato, se deben presentar ambas propuestas de casting.
- El conductor/mediador de los micropogramas promueve metodologías para catalizar procesos imaginativos creativos, visuales y plásticos como insumos suficientes (historias y dibujos, etc.) para la sección animada, mientras que en los videocast desempeña el rol de iniciar y mantener conversaciones dinámicas con los y las invitadas, usando siempre palabras sencillas para explicar temáticas medioambientales aptas para las edades del público destinatario.
- Siendo un videocast con niños y para niños, es bienvenido el uso de estrategias lúdicas del tipo trivias, preguntas de verdadero o falso, datos curiosos y cualquier otro recurso que permita dinamizar la conversación espontánea, divertida y enriquecedora con los niños y niñas invitados.
- Es importante que el diseño de producción considere que para el momento de grabar los especiales se tengan finalizadas las piezas animadas necesarias para que los protagonistas invitados puedan visualizarlas, reaccionar a ellas y comentar sobre el resultado.
- La serie debe contar con música original que resulte atractiva para la audiencia objetivo y que ayude a construir la emocionalidad de los diferentes momentos.
- El diseño de producción debe definir con claridad las actividades y el flujo de trabajo articulado en cada uno de los procesos de acuerdo a los requerimientos de la formulación creativa. En este sentido el modelo de producción debe contemplar la organización de un equipo humano con la experiencia para realizar proyectos de este tipo.
- El presupuesto debe estar proyectado para garantizar la calidad del producto final y el cronograma debe basarse en los flujos de pago contemplados en la invitación y plantear tiempos adecuados para cada proceso, así como el alistamiento de las entregas al canal de todos los materiales establecidos.

La convergencia:

Además del componente televisivo, el proponente debe considerar la producción y entrega de insumos para las redes sociales y plataformas de CAPITAL y EUREKA que permitan interpelar y motivar la conversación con la audiencia:

- Tres (3) trailers en versión horizontal y vertical, uno por cada tipo de contenido: serie híbrida, videocasts, especiales.
- Dieciséis (16) invitaciones en video de máximo 30 segundos donde los niños y niñas protagonistas invitan a ver cada uno de los 16 capítulos de la serie híbrida en el que participan y a conocer sobre la especie de la que trata cada episodio, una (1) invitación en video del conductor de los capítulos híbridos a ver la serie y una (1) invitación en video a ver el videocast del conductor de los mismos, en versión vertical y horizontal para redes y televisión.
- Dieciséis (16) Extracciones de los segmentos animados producidos para narrar la historia que cada niño plantea para cada uno de los 16 capítulos en versiones horizontal y vertical.

- Dieciséis (16) piezas fijas (por ejemplo, memes, infografías, dibujos, fotos, postales) una por cada una de las especies de las que trata cada uno de los 16 capítulos de la serie. La pieza puede incluir información básica para los niños y niñas (nombre de la especie, nombre científico, hábitat, alimentación, etc.) y datos curiosos e interesantes de cada uno de los animales abordados en la serie.

2. INFLUENCIA2.

Tipo de producto: Serie multiformato híbrida.

No. de capítulos y duración:

- Quince (15) microprogramas de ficción de diez (10) minutos
- Quince (15) batallas de ideas de cuarenta (40) minutos

Género/Formato: Híbrido - Ficción, no Ficción

Formato técnico de realización: FULL HD.

Presupuesto: Seiscientos diez millones de pesos \$610.000.000 (IVA INCLUIDO).

Plazo de ejecución: Cinco (5) meses contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución. No podrá superar el 5 de diciembre de 2025.

Objetivo:

Desde el humor, aportar elementos de reflexión y autocrítica a las audiencias sobre la forma en que nos relacionamos, cambiamos nuestros hábitos, interactuamos con el mundo e incluso modificamos nuestro ser en una era de conexión permanente y expansión constante de los alcances e impacto de las tecnologías digitales interconectadas en todos los ámbitos de la existencia.

Audiencia:

Familiar. Hombres y mujeres, niños y niñas a partir de los 7 años, usuarios entusiastas de los avances tecnológicos, ciudadanos digitales con inquietudes frente a las diversas dimensiones en que los desarrollos tecnológicos enriquecen la experiencia humana; capaces, también, de hacerse preguntas sobre los riesgos potenciales que se corren con su creciente penetración en todas las esferas de la vida y la cultura.

Tema y enfoque:

Siempre oscilando entre el optimismo y el escepticismo, **Influencia2** aborda con humor y sentido crítico los efectos en el presente y las potenciales consecuencias futuras del uso (y el abuso) de las tecnologías interconectadas que hacen posible el funcionamiento del "cibespacio" y otros desarrollos digitales basados en el procesamiento de datos.

Sinopsis:

En clave de comedia, dos "influenciadores" (una persona adulta bordeando sus cuarentas y otra bastante joven, muy populares en sus respectivos nichos en las redes sociales o actores que desempeñen este rol y que sean habitantes de Bogotá), se enfrentan con problemas comunes entre los habitantes y transeúntes del ciberespacio. Siempre con puntos de vista opuestos (o por lo menos contrastantes), se imaginan situaciones extremas, absurdas y humorísticas que les ayudan a comprender fenómenos desde puntos de vista diferentes al propio, tratando de encontrar caminos viables y posibles soluciones a los dramas y melodramas de la vida digital contemporánea mientras disfrutan de sus bondades.

El análisis y las reflexiones sobre el tema de cada episodio se desarrollan en batallas de ideas intergeneracionales en las que participa activamente uno de los personajes ancla y que se configuran como episodios complementarios que conservan la mirada esperanzadora sobre el tema y funcionan como "spin-offs".

Microprogramas

El mayor de los protagonistas de la serie tuvo un golpe de suerte que le dejó miles de seguidores en sus redes sociales, cosa que lo obligó a relacionarse con una persona joven, experta en lides ciberespaciales. La brecha que los separa es evidente cada vez que trabajan juntos en contenidos para sus redes y se sorprenden adoptando posiciones opuestas sobre cualquiera de las interacciones y situaciones de carácter polémico y retador que ocurren en los mundos virtuales.

En sus discusiones que se han vuelto cotidianas, cada uno imagina escenas (tipo sketch humorístico *REFERENCIA) en las que el punto de vista del otro alcanza extremos cómicos, invitando a las audiencias a reírse de sí mismos y reflexionar sobre sus propios comportamientos. Una infografía animada aclara conceptos, aportando información valiosa sobre el tema de cada episodio. Después de escucharse el uno al otro y desde una posición conciliadora, ambos comparten con sus seguidores elementos valiosos en relación con el tema de cada episodio (puntos de vista poco explorados, herramientas alternativas, posibles soluciones en caso de tratarse de problemas concretos, medidas preventivas, rutas de atención, etc.) y, al final, invitan a saber más viendo la batalla de ideas asociada a ese mismo tópico.

La estructura debe ser consecuente con el modelo de producción y el desarrollo creativo del proponente y conservar en todo caso los elementos básicos que componen la serie: escenas de interacción entre dos protagonistas de diferentes generaciones, dos sketches por episodio de al menos dos minutos de duración, una infografía animada (motion graphics) de al menos un minuto y el tono optimista en la conclusión.

Batallas de ideas

De carácter atemporal, alineadas con la estética y el desenfado de los "lives", los "videocasts" y las "colaboraciones" de redes sociales como Instagram o Facebook, estas conversaciones abordan aspectos polémicos del tema de cada microprograma con la participación de tres invitados y uno de los protagonistas, empleando los sketches y la infografía de cada episodio en calidad de VTRs para detonar aspectos específicos de la charla. Padres, madres, adolescentes, docentes, periodistas, influenciadores, etc., dialogan defendiendo sus posturas contrastadas, brindando herramientas para tomar decisiones informadas en situaciones similares a la que detona cada microprograma.

La estructura de estos encuentros debe contemplar al menos tres bloques temáticos además de la introducción polémica y las conclusiones conciliadoras.

Cubrimiento temático:

Los temas que aborda **INFLUENCIA2** dialogan con la vida cotidiana de las audiencias, planteándoles con humor la posibilidad de examinar sus propias conductas, cuestionar la forma en que han incorporado las tecnologías a sus rutinas, relaciones y espacios, así como las transformaciones que han experimentado a partir de su uso. El espectro es amplio y puede incluir temas como:

Interacción con inteligencias artificiales: aparte de lo obvio, exploración de los vínculos y relaciones que pueden llegar a establecerse entre los seres humanos y las máquinas dotadas con inteligencia artificial. *REFERENCIA

Salud en red: El uso de aplicaciones, inteligencia artificial y redes sociales para ponerse en forma y sentirse saludable, los grupos de soporte entre pacientes que no hubieran sido posibles sin la internet y los riesgos de la hipocondría alimentada por google, la automedicación, los tratamientos, las dietas y los ejercicios que recomiendan influencers y celebridades de internet.

Deepfakes: La red está plagada de imágenes, videos y audios generados con Inteligencia Artificial, la creación de contenidos hiperrealistas se emplea para el humor, el arte y, por supuesto, también para la suplantación de identidades y la propagación de información falsa.

Nomadismo digital: Miles de personas en el mundo han optado por carecer de un domicilio fijo y recorrer el mundo mientras trabajan de manera remota empleando herramientas digitales y quebrando esquemas jerárquicos y condiciones laborales tradicionales.

Sostenibilidad: La paradoja permanente entre los aportes de las tecnologías digitales interconectadas al cuidado del planeta y el consumo descomunal de recursos que su funcionamiento requiere y que aumenta a diario.

Fenómeno cyborg: La posibilidad real de implantar microchips y otros elementos cibernéticos en los organismos de los seres humanos con cualquier finalidad ofrece grandes posibilidades y también amplía brechas de formas que aún no logramos dimensionar.

Adicción a la dopamina: El uso adictivo de internet y videojuegos en busca de gratificaciones inmediatas entre el 67.4% de la población mundial con acceso a la red, su impacto a nivel cerebral y las posibilidades para desintoxicarse.

Educación y aprendizaje en línea: Ante la mirada atónita de la academia tradicional, el ciberespacio se ha posicionado como fuente indiscutible de conocimiento pero, como todas las aristas del desarrollo tecnológico, esta forma de aprender tiene ventajas y riesgos.

Ludopatía digital: El acceso a las apuestas en línea en un mundo en el que se lleva el casino en el bolsillo tiene consecuencias. Cada vez más jóvenes y adolescentes se suman a este fenómeno que puede tener raíces en el uso de las tecnologías en etapas más tempranas de la vida.

Accesibilidad web: Avances tecnológicos que permiten a la población con discapacidades interactuar en el ciberespacio y que, al tiempo que favorecen su integración y autonomía, pueden representar riesgos latentes y generar dinámicas complejas.

Trastornos dismórficos: Cada vez más usuarios buscan alternativas para aproximarse a los estándares de belleza que imponen las redes sociales y que pueden conducir a dudar de la propia imagen, con todo el impacto psicológico que eso implica.

Amor en línea: Ya es habitual comenzar o mantener relaciones amorosas empleando aplicaciones, redes sociales o sitios web, con todas las paradojas de los vínculos amorosos que se cultivan en el ciberespacio y la influencia de algoritmos en nuestra elección de compañeros de vida.

Privacidad y seguridad: Todos los usuarios de internet, en teoría, tienen derecho a la protección de sus datos personales y a decidir quienes acceden a ellos. Un derecho humano fundamental constantemente vulnerado.

Criptomonedas: Digitalización del dinero y cambio de los modelos económicos hacia la emisión y circulación de monedas que, aunque se pueden cambiar por las convencionales, no hacen tránsito por el sistema bancario y se mueven en la periferia, controladas y reguladas por agentes privados.

Uso de dispositivos e internet en la infancia y la adolescencia: Cada vez más temprana, la edad del primer contacto de niños y niñas con celulares y tabletas es motivo permanente de discusión, tanto como el momento adecuado para convertirse en usuario de las redes sociales.

Sesgo algorítmico: El procesamiento de datos no escapa a la influencia de los sistemas de valores de los seres humanos que alimentan y entrenan a las máquinas que lo llevan a cabo. Como resultado, la discriminación o el favorecimiento de ciertos grupos de personas en contraste con otros ocurre con excesiva frecuencia y tiene múltiples manifestaciones concretas.

Cubrimiento geográfico:

Aspectos como la fotografía, el diseño gráfico, la elección de locaciones, la ambientación, el vestuario y la utilería deben dar buena cuenta de que nuestros protagonistas son habitantes de Bogotá, ciudad en que se encontraron y en donde comparten las situaciones que se ponen en escena en **INFLUENCIA2**.

Tratamiento:

- El proceso de investigación debe garantizar que cada uno de los temas propuestos tenga un aspecto concreto, perceptible a los ojos y oídos de los bogotanos, que pueda ser abordado en tono de comedia y garantice que esta serie tenga una vigencia prolongada en el tiempo. Se debe identificar una situación, un evento, una hipótesis que sea identificable y comprensible para una audiencia amplia, que tenga conexión con la vida cotidiana de cualquier persona, con eso que escucha en la radio y ve en noticieros y cadenas de WhatsApp.
- El tratamiento narrativo de la serie busca el equilibrio y se esmera en exponer los diferentes puntos de vista sobre un tema con respeto por quienes se inclinan en cada dirección. Aunque los sketches exageran, siempre regresa al tono conciliador al concluir los microprogramas.
- El diseño de los personajes principales, su carácter, aspecto y diferentes facetas, responden a su calidad de habitantes de Bogotá, los dilemas que detonan sus discusiones están ubicados en el ciberespacio (omnipresente, sin fronteras aparentes) pero nuestros protagonistas los observan, analizan y procesan en la capital colombiana.
- Durante la escritura de los guiones de los microprogramas se debe cuidar a los personajes para no reforzar estereotipos, es deseable que en algunos casos, aquel de quien no esperamos una reacción determinada (por su edad, su etnia o su condición social, por ejemplo) sorprenda de vez en cuando por defender una posición poco predecible pero factible de acuerdo con el diseño multifacético de su personaje.
- Los invitados a las batallas de ideas no son necesariamente expertos de corte academicista y se espera que, en caso de serlo, sean capaces de moderar su lenguaje, de aproximar sus conocimientos a las audiencias generales y, preferiblemente, las ternas que asisten a cada batalla de ideas deberían estar conformadas por alguien que conoce muy bien el tema porque se ha informado al respecto, alguien que ha presenciado el fenómeno desde su ventana personal en el ciberespacio y una persona que ha sido protagonista en situaciones que ejemplifican el tema de cada microprograma. Idealmente, los tres invitados son de generaciones distintas y, sin excepción, todos son excelentes conversadores.
- El estilo visual de la serie está inspirado en la producción audiovisual nativa de internet e incorpora elementos fotográficos, sonoros, gráficos y rítmicos propios de los formatos cortos que circulan en redes sociales como Tik-tok e Instagram.
- Los proponentes pueden considerar la posibilidad de realización en un set que les permita tener condiciones controladas de grabación.
- Los sketches incorporan elementos propios de la comunicación en internet: tales como gifs, stickers, emoticonos, doodles, textos superpuestos, etc.) para exaltar reacciones, reforzar o contradecir afirmaciones, destacar emociones y ser consecuentes con el tema general de la serie.
- Las batallas de ideas pasan por un proceso de postproducción elaborado que, en el producto final, las aproximan más a la estética y códigos visuales, sonoros y gráficos de un "live" nativo de Instagram o Youtube que a un formato televisivo tradicional. Se realizan con múltiples cámaras (que se desplazan con fluidez y exploran encuadres poco convencionales, se emplean focos diferenciales, etc.), se conversa con naturalidad, se comenta con texto, con emoticones, con stickers lo que dicen los invitados, se incorporan los comentarios a la conversación, se rompe la "cuarta pared", etc.
- Los proponentes pueden considerar la posibilidad de adecuar para la realización de las batallas de ideas en el mismo set que se emplea para la grabación de los microprogramas o tener locaciones variadas como lo hacen quienes realizan piezas en vivo para las redes, sin comprometer la alta calidad fotográfica y sonora de la serie.

- Los sketches deben explorar recursos espaciales, visuales, sonoros, de arte, de montaje y gráfica que los distancien formalmente de los otros segmentos de los microprogramas. Su duración mínima es de dos minutos cada uno.
- Las infografías ocupan al menos un minuto de cada microprograma, emplean motion graphics y combinan textos, formas, objetos, elementos gráficos y otros recursos que garantizan que sean piezas dinámicas capaces de “aterrizar” información compleja y atraer visualmente a las audiencias. El humor no está ausente de ellas, en la medida de lo posible.
- Es indispensable la composición de música original para la serie.
- El diseño de producción debe definir con claridad las actividades y el flujo de trabajo articulado en cada uno de los procesos de acuerdo a los requerimientos de la formulación creativa. En este sentido el modelo de producción debe contemplar la organización de un equipo humano con la experiencia necesaria para realizar proyectos de este tipo
- El presupuesto debe estar proyectado para garantizar la calidad del producto final y el cronograma debe basarse en los flujos de pago contemplados en la invitación y plantear tiempos adecuados para cada proceso, así como el alistamiento de las entregas al canal de todos los materiales establecidos.

La convergencia:

Además del componente televisivo, el proponente debe considerar la producción y entrega de insumos para las redes sociales y plataformas de CAPITAL diseñadas para interpelar a las audiencias e invitarlas al diálogo:

- Dos (2) trailers en versión horizontal y vertical, uno por cada tipo de contenido (microprogramas y batallas de ideas).
- Quince (15) invitaciones en video de máximo 30 segundos, con los protagonistas invitando a ver cada uno de los 15 microcontenidos y una (1) invitación en video a ver los videocast en versiones horizontal y vertical para redes y televisión.
- Quince (15) extracciones de fragmentos representativos de cada uno de los 15 microprogramas (uno por capítulo) de entre 30 segundos y un minuto y medio de duración en versiones vertical y horizontal, que puedan ser vistos de manera independiente.
- Quince (15) piezas fijas (por ejemplo, memes, infografías, fotografías) uno por cada uno de los quince 15 capítulos de los microcontenidos.

3. BOGOTÁ DESDE LOS OJOS DE.

Tipo de producto: Serie multiformato de no ficción.

No. de capítulos y duración:

- Diez (10) documentales de veinticuatro (24) minutos cada uno.
- Ocho (8) videocast de veinticuatro (24) minutos cada uno.
- Tres (3) especiales de veinticuatro (24) minutos cada uno

Género/Formato: No Ficción - Híbrido.

Formato técnico de realización: FULL HD.

Presupuesto: Seiscientos diez millones de pesos \$610.000.000 (IVA INCLUIDO).

Plazo de ejecución: Cinco (5) meses contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

Objetivo:

Inspirar a la audiencia a redescubrir Bogotá a través de los ojos de sus artistas y creadores más destacados, mostrando cómo la ciudad influye en su visión y cómo sus obras impactan y transforman

la percepción de la ciudad, enriqueciendo la identidad cultural y el sentido de pertenencia de sus habitantes.

Se busca:

- Visibilizar el trabajo de creadores de diferentes disciplinas y generaciones.
- Promover el diálogo y la reflexión sobre el papel del arte en la construcción de la identidad de la ciudad.
- Inspirar a nuevos creadores y espectadores a explorar y valorar su entorno urbano.
- Documentar la memoria colectiva de la ciudad a través de las obras de sus creadores.
- Fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo entre los habitantes de Bogotá incentivando a los espectadores a conectar y resonar emocionalmente con los espacios y las historias que inspiran a los artistas.
- Promover el reconocimiento, la apreciación y el disfrute del arte local y de la ciudad como fuente inagotable de inspiración.
- Ofrecer un relato audiovisual que conecte las memorias y experiencias personales de los creadores con los paisajes urbanos y permita sumergir al espectador en una experiencia sensorial y emocional.

Audiencia:

Jóvenes y adultos. Ciudadanos de diversas edades, orígenes y corrientes de pensamiento, interesados en conocer la ciudad desde una perspectiva diferente, a través de los ojos de sus creadores. Les interesa descubrir lugares, historias y detalles que quizás habían pasado desapercibidos, disfrutan y sienten curiosidad por las diferentes expresiones artísticas, como la música, la literatura, el cine, el arte urbano, etc., quieren conocer sobre los procesos creativos de los artistas, sus inspiraciones y cómo se relacionan con la ciudad.

Tema y enfoque:

La profunda y multifacética relación entre los creadores de diversas disciplinas (pintura, escultura, danza, teatro, circo, música, arquitectura, literatura, artes visuales, cine, diseño gráfico, fotografía, arte urbano, stencil, graffiti, muralismo, diseño de modas, arte popular, artesanía y también las relaciones entre , ciencia, arte y tecnología, etc.) y la ciudad de Bogotá. Cómo la ciudad, con su historia, su cultura, sus barrios y su gente, influyen en la obra de estos artistas, y cómo, a su vez, estos creadores contribuyen a transformar y resignificar el espacio urbano y la identidad de la ciudad a través de su arte.

El enfoque de la serie es personal e inmersivo, centrándose en la perspectiva individual de cada creador, mostrando cómo viven y experimentan la ciudad, cómo se inspiran en ella, y cómo sus obras reflejan su visión particular de Bogotá. Sin embargo, se busca ir más allá de su mundo interior, contrastando su mirada con las voces de personas cercanas y conocedoras de la influencia de su obra en la identidad local, también es muy importante la perspectiva de ciudad, los cambios, los desafíos, las oportunidades y la manera en que la ciudad moldea su identidad como creadores, mostrando cómo su obra no es algo separado de la vida cotidiana, sino que está íntimamente ligado a la experiencia de vivir en Bogotá.

Sinopsis:

"Bogotá desde los ojos de" es una serie documental que explora la íntima relación entre creadores de diversidad de disciplinas artísticas que podría incluir por ejemplo a Aterciopelados, Las Añez, Mario

Mendoza, Gonzalo Mallarino, Andrés Ospina, Toxicómano, Le Dania, Beatriz González, Pablo Lazala, Édgar Álvarez, Carlos Herrera, Teatro Petra, Harold Trompetero, Rubén Mendoza, La Etnnia, N. Hardem y otros con la ciudad. Cada episodio es un viaje sensorial y emocional junto a un artista, mostrando cómo Bogotá moldea su visión artística y cómo sus obras enriquecen el tejido cultural de la ciudad. A través de secuencias cinematográficas, diálogos visuales y auditivos, y técnicas inmersivas, la serie revela cómo Bogotá se convierte en musa y co-creadora. Además, muestra el impacto de estas obras en otros habitantes, inspirando nuevas formas de relacionarse con la ciudad.

Cada capítulo presenta la primera gran impresión que Bogotá causó en el creador, desarrollando luego un recorrido por sitios de la ciudad que han marcado su vida y obra. Mediante un montaje sensorial, se entrelazan imágenes de la ciudad con el proceso creativo del artista, estableciendo un diálogo audiovisual entre la urbe y sus recuerdos personales. Bogotá se convierte en una "co-creadora" que influye constantemente en la obra y visión de cada protagonista.

Con recursos como material de archivo, animaciones, composiciones de imágenes a manera de realidad aumentada, la serie integra obras relevantes de cada creador (canciones, pinturas, fotografías, textos, películas, coreografías, etc) con el paisaje urbano, creando una experiencia inmersiva que conecta al espectador con el proceso creativo y con la ciudad de una manera única.

Más allá de la relación entre el artista y la ciudad, la serie también explora cómo las obras de estos creadores influyen en la vida de otros habitantes de Bogotá. A través de testimonios de personas conocedoras de su influencia y ciudadanos que se han sentido inspirados o conmovidos por ellas, descubrimos cómo las creaciones artísticas pueden transformar la percepción de una ciudad y fortalecer los lazos entre sus habitantes, quienes encuentran en estas expresiones nuevas formas de relacionarse con la ciudad.

Videocasts

La serie incluye un componente de videocasts atemporales en el que dos o tres creadores o artistas de distintas disciplinas conversan sobre cómo los ha influenciado Bogotá. Cada episodio explora, desde varios ángulos creativos y desde las experiencias íntimas y personales de los invitados, algún aspecto específico de la ciudad, por ejemplo, la estética de Bogotá, la vida cotidiana, la memoria colectiva, los barrios, los acontecimientos, la vida nocturna, las tradiciones y el folclore, el underground bogotano, la diversidad cultural, el caos, la resistencia, el cambio social, el ritmo de la ciudad, etc.

Especiales

También se realizarán tres especiales, editados a partir del material de los 10 capítulos documentales, cada uno estableciendo un paralelismo entre tres de los artistas o entre las diferentes obras que se verán a lo largo de la serie y su relación con Bogotá dependiendo de algún elemento común como por ejemplo el tipo disciplina artística, la forma como se relacionan con Bogotá o la temática que abordan.

Cubrimiento temático:

Si bien cada capítulo documental explora la relación entre un creador y Bogotá hay temas transversales que se buscan explorar a lo largo de la serie:

- Bogotá como Musa y Co-creadora:

La ciudad como fuente constante de inspiración.

Elementos de la ciudad que inspiran o que se reflejan en las obras de los artistas.

¿Cómo es el proceso de cada creador? ¿Cómo la ciudad influye en el proceso creativo de cada artista?

- **Impresiones de Bogotá:**

Impacto inicial: ¿Cómo fue el primer encuentro de cada creador con la ciudad? ¿Qué sensaciones, emociones o ideas experimentaron?

Transformación: ¿Cómo ha cambiado su percepción de Bogotá con el tiempo? ¿Qué aspectos de la ciudad les sorprendieron, les impactaron o les marcaron de manera especial?

Recuerdos perdurables: ¿Qué elementos de esa primera impresión siguen presentes en su memoria y en su obra? ¿Cómo influyó esa experiencia inicial en su relación con la ciudad?

- **Lugares que marcan:**

Dónde crean los artistas: estudios, casas, espacios públicos o colectivos. El papel del espacio en la producción de arte y su conexión con la ciudad. Sitios específicos de Bogotá que han marcado la vida y obra de los creadores. La relación emocional y creativa con estos lugares.

Espacios de significado: ¿Qué lugares de Bogotá tienen un significado especial para cada creador? ¿Por qué?

Recorridos personales: ¿Cuáles son sus rutas favoritas en la ciudad? ¿Qué lugares les inspiran, les emocionan o les invitan a la reflexión?

La ciudad como escenario: ¿Cómo se reflejan estos lugares en sus obras? ¿Qué papel juegan en sus creaciones? ¿Cómo se transforman los lugares cuando son plasmados en la obra del creador?

- **Obras que impactan:**

Inspiración y transformación: ¿Cómo influyen las obras de estos creadores en la vida de otros habitantes de Bogotá? ¿Qué emociones o ideas provocan en ellos?

Nuevas formas de relacionarse con la ciudad: ¿Cómo invitan estas obras a los ciudadanos a ver la ciudad desde una perspectiva diferente? ¿Cómo les inspiran a descubrir nuevos lugares, historias o detalles?

Fortalecimiento de lazos: ¿Cómo contribuyen estas creaciones artísticas a fortalecer el tejido social y cultural de Bogotá? ¿Cómo fomentan el sentido de pertenencia y la conexión entre los habitantes?

Cubrimiento geográfico:

Esta serie se desarrolla en Bogotá. Es deseable que haya representación de diferentes localidades de la ciudad y se incluya la ruralidad.

Tratamiento:

Criterios que se deben tener en cuenta para la investigación:

- Se requiere una investigación suficiente que permita el desarrollo narrativo de los episodios documentales y de los videocasts. Es necesario investigar la vida, obra y trayectoria de cada artista profundizando en el contexto en el que se desarrolla su obra, cómo se relaciona con la ciudad y el impacto que ha generado en sus habitantes.

- Para la selección de los artistas que formarán parte de la serie es importante tener en cuenta los siguientes criterios:

Conexión con Bogotá: Que tengan una relación significativa con la ciudad, que haya presencia de la ciudad en su obra (lugares, personajes, historias, sonidos), que tengan una visión particular de la ciudad.

Diversidad de representaciones: Se deben incluir artistas y creadores de diversas disciplinas y oficios pintura, escultura, danza, teatro, circo, música, arquitectura, literatura, artes visuales, cine, diseño gráfico, fotografía, arte urbano, stencil, graffiti, muralismo, diseño de modas, arte popular, artesanía y también las relaciones entre s tradicionales, ciencia, arte y tecnología, etc. buscando lograr un equilibrio entre las diferentes disciplinas. Se deben contemplar como máximo 3 artistas musicales. Canal Capital correrá con los gastos derivados de la sincronización musical únicamente de las canciones seleccionadas para que los artistas musicales interpreten. Las canciones a interpretar por parte de los artistas musicales seleccionados deberán ser elegidas en conjunto con Canal Capital previa verificación de autorizaciones y valores.

Impacto en la comunidad: Que su obra haya tenido un impacto en la comunidad, ya sea porque forma parte de la identidad colectiva, o porque ha inspirando a otros creadores, o porque ha generando conversaciones o transformando la percepción de la ciudad.

Diversidad de protagonistas: Es importante incluir artistas de diferentes géneros,, etnias, lugares, niveles socioeconómicos, incluyendo diferentes edades para contrastar artes consolidadas con expresiones más recientes,, etc.

Trayectoria: Que cuenten con una trayectoria reconocida en su disciplina, con obras que hayan tenido algún impacto o relevancia en el ámbito cultural y popular. Tener en cuenta si se encuentran activos o si su obra sigue siendo relevante e influyente en la actualidad. Se busca tener un equilibrio entre creadores de distintas generaciones, de mediana y larga trayectoria.

Disponibilidad: Que estén dispuestos a participar activamente en la serie, compartiendo su tiempo, sus ideas y su experiencia con el equipo de producción.

- Se debe contemplar la identificación de personajes complementarios que conozcan la obra o el proceso del artista, especialmente alrededor de lo que representa su obra para la ciudad. También personajes en quienes hayan tenido impacto los artistas o alguna de sus obras.
- Investigar y seleccionar el material de archivo (fotografías, videos, documentos) que sea relevante para la historia de cada creador y su relación con Bogotá.

Criterios a tener en cuenta para el diseño de los capítulos documentales:

- Desarrollar un formato que explore estética, narrativa y audiovisualmente la relación de los artistas y creadores con la ciudad.
- Plantear una estructura narrativa clara y atractiva, que mantenga el interés del espectador y que permita articular los diferentes aspectos de la relación creador-Bogotá requeridos en la sinopsis.

- Diseñar un tratamiento audiovisual coherente con el universo estético de la serie y que refleje la visión de cada creador, integrando elementos visuales y auditivos que refuercen el diálogo entre los artistas, las obras y la ciudad. Con imágenes cuidadas y cinematográficas que transmitan la atmósfera de la ciudad y el universo del creador y permitan crear una experiencia visual envolvente.
- Utilizar recursos poéticos como metáforas, analogías o simbolismos para enriquecer la narrativa y conectar al espectador con la visión de cada creador.
- Realizar un montaje sensorial, dinámico y creativo que combine, imágenes de la ciudad, testimonios, material de archivo, ilustraciones, imágenes intervenidas, sonidos y animaciones, que permitan visualizar cómo los creadores han imaginado y re interpretado Bogotá en sus obras, integrando los recursos audiovisuales en la narrativa para hacerla más atractiva e interesante.
- El proyecto debe contemplar música original para la serie, emotiva, evocadora y que refleje la diversidad sonora de Bogotá.
- El proponente podrá adicionar al formato los recursos visuales, sonoros y gráficos que considere pertinentes y coherentes con el género, la narrativa y los contenidos, siempre y cuando se correspondan con los intereses de la audiencia objetivo.

Criterios a tener en cuenta para el diseño de los episodios de videocast:

- Se debe contemplar el uso de dos cámaras que permitan hacer un registro de las intervenciones de los invitados y el moderador y una tercera cámara tipo go pro que explore lo que ocurre desde una mirada “detrás de cámaras” y le de al episodio un carácter dinámico y espontáneo.
- Se debe contemplar la consecución de un espacio con las condiciones acústicas adecuadas para lograr un registro sonoro de alta calidad, y que permita la correcta ubicación de los equipos para el registro visual.
- De contemplarse la figura un anfitrión debe estar a cargo de una persona carismática y telegénica, con habilidad para desenvolverse frente a la cámara, con conocimiento de la vida artística y cultural Bogotana desde un a perspectiva amplia y diversa, que le permita interactuar con los invitados y desarrollar de manera atractiva y horizontal los temas y conversaciones de cada episodio. De no contemplarse esta figura debe plantearse la manera como se detonará el diálogo entre los invitados.
- Se busca crear un ambiente de conversaciones informales y relajadas, alejándonos del formato tradicional de entrevista pregunta-respuesta. El objetivo es establecer un espacio donde los creadores puedan compartir sus visiones, anécdotas, experiencias e ideas de manera abierta y genuina. Estos encuentros invitan a explorar aspectos cotidianos y personales, promoviendo un diálogo entre pares que refleje la riqueza y diversidad de perspectivas sobre cómo Bogotá impacta su obra.

Criterios a tener en cuenta para la producción del proyecto:

- Gestión de derechos de autor: Gestionar los derechos de autor del material de archivo, las obras de los creadores, imágenes generadas y la música utilizada en la serie.
- El diseño de producción debe definir con claridad las actividades y el flujo de trabajo articulado en cada uno de los procesos de acuerdo a los requerimientos de la formulación creativa. En este sentido el modelo de producción debe contemplar la organización de un equipo humano con la experiencia para realizar proyectos de este tipo.

- El presupuesto debe estar proyectado para garantizar la calidad del producto final y el cronograma debe basarse en los flujos de pago contemplados en la invitación y plantear tiempos adecuados para cada proceso, así como el alistamiento de las entregas al canal de todos los materiales establecidos.

La convergencia:

Además del componente televisivo, el proponente debe considerar la producción y entrega de insumos para las redes sociales y plataformas de CAPITAL que permitan interpelar y motivar la conversación con la audiencia:

- Tres (3) trailers, en versión horizontal y vertical, uno por cada tipo de contenido: serie documental, videocasts, especiales.
- Once (11) invitaciones en video de máximo 30 segundos, con los artistas o creadores protagonistas de los documentales invitando a ver cada uno de los diez capítulos de la serie y una (1) invitación en video del anfitrión del videocast invitando a ver el videocast, en versión vertical y horizontal para redes y televisión.
- Diez (10) extracciones de un fragmento representativo de cada uno de los diez capítulos documentales (uno por capítulo), de entre 30 segundos y 1,5 minutos, en versiones vertical y horizontal, por ejemplo la relación particular de alguna obra de cada artista con la ciudad, que que puedan ser vistos de manera independiente.
- Diez (10) piezas fijas (por ejemplo, memes, infografías, postales, fotografías) una por cada uno de los diez capítulos de la serie documental.

4. BARRIGA LLENA CORAZÓN CONTENTO

Tipo de producto: Serie multiformato de no ficción.

No. de capítulos y duración:

- Doce (12) docu-retos de veinticuatro (24) minutos cada uno.
- Seis (6) videocast de veinticuatro (24) minutos cada uno.
- Dos (2) especiales de veinticuatro (24) minutos cada uno.

Género/Formato: No Ficción - Híbrido.

Formato técnico de realización: FULL HD.

Presupuesto: Seiscientos diez millones de pesos \$610.000.000 (IVA INCLUIDO).

Plazo de ejecución: Cinco (5) meses contados a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución.

Objetivo:

Enamorar a la audiencia de las distintas plazas distritales de mercado para fomentar el orgullo y el sentido de pertenencia a una ciudad tan rica y diversa culturalmente como Bogotá, a través del descubrimiento y disfrute de su oferta abierta a los ciudadanos de todas las condiciones.

Se busca:

- Dar a conocer, para valorar, la importancia histórica, arquitectónica, social, económica y gastronómica de por lo menos 12 plazas distritales de mercado de Bogotá. Su impacto en las localidades va más allá de la venta y compra de productos y se configuran como espacios de intercambio cultural entre distintas gastronomías de Colombia y consumidores de diversos estratos sociales.
- Descubrir historias interesantes y memorables de distintos personajes que habitan las plazas: vendedores de frutas y verduras, carniceros, yerbateros, artesanos, compradores habituales y

esporádicos, vendedores de comida, cocineros, familias, amas de casa, etc. Las identidades que pueblan la ciudad confluyen en las plazas de mercado y en la compra y venta de productos se configura una dinámica del cuidado del otro para satisfacer una necesidad elemental: alimentarse bien.

- Relatar el recorrido desconocido de muchos de los alimentos que abastecen las plazas desde su lugar de origen hasta los puestos de las marchantas, en donde cocineros y cocineras experimentados saben escoger la mejor calidad para preparar platos que asombren a los comensales y produzcan en ellos el placer de comer a satisfacción.
- Dar cuenta de la experticia de los cocineros y cocineras de las plazas que al enfrentarse a un reto gastronómico, lo superan con creatividad, experimentación e innovación, con el propósito de satisfacer el paladar de sus comensales y serán éstos quienes tengan la última palabra.
- Seducir a la audiencia con una experiencia sensorial de texturas, colores, sabores, sonidos y aromas que se expresan en distintos platos de comida preparados por las manos expertas de los cocineros y cocineras de las plazas, con saberes y técnicas diversas.

Audiencia:

Las familias son la audiencia prioritaria de esta serie, es en la familia donde se cuecen los vínculos para toda la vida y la relación con el comer. Las familias acuden a las plazas para hacer el mercado semanal, las parejas almuerzan allí los domingos y los niños aprenden junto a sus abuelas cómo escoger ingredientes de buena calidad para preparar distintas delicias.

Tema y enfoque:

Las plazas de mercado de Bogotá son centros de abastecimiento e intercambio de productos alimenticios pero a la vez son espacios de conocimiento sobre la tierra y lo que ésta produce, por sus paredes, pasillos, guacales, estanterías circulan saberes, experiencias y el deseo por satisfacer una necesidad humana básica: consumir alimentos de buena calidad.

Este proyecto ha de revelar las historias de quienes acuden a las plazas de mercado y la relación que establecen con ese espacio físico tan particular, los intercambios de saberes entre compradores y vendedores, y en última instancia dar cuenta de qué se come y cómo se come en Bogotá.

El tema central es la gastronomía en la ciudad entendida como la relación entre las diversas culturas que aquí habitan y el buen comer y beber, incluye la historia, la ciencia, el arte, los ingredientes, los contextos, los personajes, sus experiencias de vida y sus técnicas culinarias.

Bogotá cuenta con 16 plazas de mercado distritales, allí mercan los dueños de restaurantes grandes y pequeños y los ciudadanos de a pie. Carnes, frutas, verduras, cereales, lácteos, hierbas aromáticas, condimentos y hasta sahumerios se consiguen en estas fuentes inagotables de ingredientes y saberes. ¿Cómo se escoge un buen aguacate?, ¿qué cantidad de papa nativa se necesita para un cocido boyacense para cuatro personas?, ¿de dónde traen el pescado seco y cómo lo procesan?, ¿para qué sirve la salvia blanca? todas estas preguntas cotidianas, y más, se resuelven con humor y espontaneidad de la mano de quienes más saben.

¿Para quién se cocina? Si bien la serie nos revela personajes entrañables dedicados al arte de cocinar, sus técnicas y contextos, todos ellos cocinan para alguien más y son los comensales y su experiencia al deleitarse con las preparaciones quienes tienen la última palabra: barriga llena, corazón contento.

Sinopsis:

"Barriga llena, corazón contento" es un proyecto compuesto por:

- Serie documental: Un formato que combina el documental con un desafío culinario entre cocineros y cocineras de las plazas de mercado.

- Videocasts: Protagonizados por personajes emblemáticos de las plazas, como vendedores, clientes habituales, coteros y personal de aseo, donde comparten historias y anécdotas.
- Especiales documentales: Dos episodios resumen que destacan las plazas y sus características más relevantes.

Docu-reto

En cada capítulo de la serie de docu-retos un foodie ancla, encantador, con carácter y apasionado nos lleva a un recorrido por una de las plazas de mercado de Bogotá y nos cuenta el impacto que ésta tiene en el barrio y la ciudad, nos revela su historia, su identidad arquitectónica a la vez que aquellos rasgos que la hacen única y especial.

Posteriormente el foodie presenta a dos cocineros emblemáticos de la plaza y los desafía a preparar un plato con un ingrediente específico, llevándolos fuera de su zona de confort. Cada cocinero selecciona ingredientes complementarios y sale a hacer mercado, compartiendo consejos clave para elegir la mejor calidad y obtener buenos precios.

Este recorrido permite conocer el espacio físico de la plaza y su relación con las personas mostrando las plazas como espacios de intercambio material e inmaterial, productos y saberes, experiencias y expectativas. La audiencia descubre a los habitantes habituales y visitantes esporádicos, comprendiendo el microcosmos de estos centros vitales.

De regreso en la cocina, el foodie acompaña el proceso de preparación mientras los cocineros explican ingredientes, cantidades, tiempos de cocción, y presentación. La curiosidad del foodie revela los secretos mejor guardados por los cocineros para que los platillos nutran cuerpo, corazón y alma.

Al final de cada capítulo, los comensales, aquellos que vendieron los ingredientes a los chefs, juzgan los platos. Más que una competencia, la serie celebra la riqueza de los sabores y saberes ancestrales y modernos, cuando los invitados disfrutan cada bocado. La olla en el fogón y una mesa bien servida perpetúan un ritual que trasciende el mero hecho de llenar la barriga y lleva a tener el corazón contento.

Esta serie de docu - retos impacta los sentidos de la audiencia con imágenes y sonidos que revelan lo succulento de la comida. en una experiencia sensorial y emotiva, que lleva a la audiencia a conocer la riqueza cultural, gastronómica y social de nuestras plazas de mercado.

Videocasts

El proyecto se complementa con una serie de 6 videocasts conducidos por el foodie quien invita a dos personajes seleccionados de capítulos diferentes de la serie de docu - retos a un espacio técnicamente controlado cuya estética haga alusión a las plazas de mercado. Allí, los invitados comparten anécdotas, opiniones, saberes, secretos y filosofías que no se abordaron en los capítulos. En un ambiente de charla informal y amigable, los invitados comparten sus historias personales, familiares, económicas, laborales, relacionadas con el espacio arquitectónico, social y cultural de la plaza. Este espacio permite revelar la cotidianidad y las historias profundas y conmovedoras de las plazas, evitando la dinámica tradicional de entrevista de preguntas y respuestas.

Especiales

También se realizarán dos especiales documentales sobre las plazas de mercado, con el material pregrabado y a manera de reedición, destacando la singularidad de cada una para dar cuenta de la diversidad de procedencias de los ingredientes de la gastronomía bogotana, así como las dinámicas desconocidas para la población con respecto a ritmos y horarios de trabajo entre distribuidores, vendedores y compradores, la importancia e impacto de los productos de temporada, las maneras en que funcionan estas centrales de abastecimiento y los secretos históricos que guardan sus paredes.

Cubrimiento temático:

La serie tiene como foco temático las plazas de mercado distritales, los productos que allí se venden, su historia desde su fundación hasta nuestros días y la relación con la comunidad de vecinos y compradores mayoristas y minoristas.

También abarca los saberes de quienes cultivan o producen los ingredientes, así como los conocimientos de quienes compran y luego cocinan, sus técnicas, secretos, maneras de innovar y consentir a sus comensales.

Como cada capítulo les plantea a los dos protagonistas el reto de cocinar con un ingrediente común, allí se cuenta su historia, características, formas posibles de preparación y la importancia nutricional para los seres humanos.

El proyecto debe considerar que el diálogo entre el foodie y los personajes aborde también temáticas más amplias e inclusive controversiales que estimulen la reflexión de la audiencia, siempre desde la espontaneidad y una indagación más profunda pero que no se vuelva "ladrillo": los alimentos y su efecto sobre el cuerpo, la sostenibilidad alimentaria, el "negocio" de la comida, las plazas de mercado y su influencia en la conformación de comunidades o en relación con el urbanismo y el espacio público, las creencias tradicionales sobre la comida versus las tendencias de moda, etc.

Cubrimiento geográfico:

Esta serie se desarrolla en Bogotá y tiene como punto de arranque, para cada capítulo, una de las 16 plazas de mercado distritales. También se visitan y recorren las calles, restaurantes, comederos, puestos ambulantes aledaños a la plaza.

Tratamiento:

- Se requiere una investigación suficiente que permita el desarrollo narrativo de las temáticas planteadas, que profundice en la historia de las plazas y su impacto en la comunidad circundante, que evidencie las prácticas culturales asociadas a la comida, que indague en técnicas, saberes, secretos, filosofías de los cocineros y cocineras y que le permita a la audiencia valorar los procesos, conocimientos e historias del buen comer en la ciudad.
- Para contar las historias y características únicas de cada plaza será importante contar con material de archivo fotográfico y/o fílmico, así como desarrollos gráficos que le permitan a la audiencia comprender el lugar que ocupan en las localidades, su valor arquitectónico y patrimonial y la relación con el entorno.
- Para la selección del o la foodie se debe considerar no sólo su conocimiento culinario sino también su capacidad para vincularse afectivamente con sus invitados y a través de la charla e interacción con ellos revelar sus personalidades, saberes, preocupaciones y motivaciones relacionadas con la comida de cada día. Debe tener carisma y un agudo sentido del humor.
- Para la selección de los invitados, el equipo de investigación debe contemplar la experticia culinaria, a la vez que sus habilidades para expresar y comunicar de manera amena y entretenida, deben tener también una filosofía definida e interesante con respecto a todo lo que implica cocinar para sí mismos y para otros. Es vital que sean carismáticos y memorables para la audiencia.
- Los invitados deben ser diversos en género, en bagaje cultural, conocimientos culinarios y deben ser representativos de las distintas comunidades y poblaciones que habitan Bogotá.
- La producción debe considerar que la escritura de guiones sea inteligente, entretenida, que tenga humor, que sepa sacarle provecho a los personajes, que aproveche al máximo la investigación para revelar aspectos desconocidos de los lugares y las personas.
- La producción debe considerar el uso de dron para que la audiencia comprenda muy bien el lugar que ocupan las plazas en las localidades y su relación espacial con la comunidad circundante.
- El equipo debe considerar el uso entretenido de la graficación y el motion graphics para ilustrar las plazas en relación con la ciudad y la manera de llegar a ellas (por ejemplo mapas),

así se motiva a la audiencia a visitarlas. El componente gráfico debe dar cuenta de las recetas en términos de ingredientes, cantidades, procesos, formas de presentación, etc.

- Los dos especiales documentales se realizan a partir del material pregrabado que se haya usado en la serie documental, funcionan a manera de recopilación y contraste de las historias y características propias de las plazas de mercado.
- La serie debe contar con música original que resulte atractiva para la audiencia objetivo y que ayude a construir la emocionalidad de los diferentes momentos.
- El diseño de producción debe definir con claridad las actividades y el flujo de trabajo articulado en cada uno de los procesos de acuerdo a los requerimientos de la formulación creativa. En este sentido el modelo de producción debe contemplar la organización de un equipo humano con la experiencia para realizar proyectos de este tipo.
- El presupuesto debe estar proyectado para garantizar la calidad del producto final y el cronograma debe basarse en los flujos de pago contemplados en la invitación y plantear tiempos adecuados para cada proceso, así como el alistamiento de las entregas al canal de todos los materiales establecidos.

La convergencia:

Además del componente televisivo, el proponente debe considerar la producción y entrega de insumos para las redes sociales y plataformas de CAPITAL que permitan interpelar y motivar la conversación con la audiencia:

- Tres (3) trailers, en versión horizontal y vertical, uno por cada tipo de contenido: serie reto documental, serie de videocast y los especiales.
- Doce (12) invitaciones en video de máximo 30 segundos, con personajes de la plaza, vendedores, cotereros, cocineros o del foodie invitando a ver cada uno de los doce capítulos de la serie de reto documental y a visitar la plaza de mercado correspondiente y una (1) invitación en video del foodie a ver los videocast en versión vertical y horizontal para redes y televisión.
- Doce (12) extracciones de un fragmento representativo de cada uno de los doce episodios del reto documental (uno por capítulo), con duración de entre 30 segundos y 1,5 minutos, en versiones vertical y horizontal, por ejemplo la historia de la plaza, las recetas, la presentación de los personajes, que puedan ser vistos de manera independiente.
- Doce (12) piezas fijas (por ejemplo, memes, infografías, fotografías) una por cada uno de los doce capítulos de la serie docu -reto.

CONSIDERACIONES DE PRODUCCIÓN

En el marco del desarrollo del proyecto el proponente deberá cumplir con las siguientes consideraciones de producción:

- El cronograma de producción debe basarse en los flujos de pago contemplados en los pliegos de la convocatoria y plantear tiempos adecuados para cada proceso.
- El cronograma debe contemplar los tiempos de revisión y ajustes conceptuales a los guiones / escaletas, cortes off line y on line de cada capítulo, propuesta de color y diseño sonoro, así como la revisión y ajuste de entregables finales por parte de CAPITAL.
- Se debe proyectar la entrega final del proyecto al menos **dos (2) semanas antes de la fecha prevista para la terminación del contrato** en virtud de que puedan realizarse revisiones y ajustes técnicos a la última entrega.
- La propuesta de diseño de producción debe viabilizar un proyecto cuyas etapas de preproducción, producción y posproducción se ejecuten con el presupuesto definido en la presente convocatoria y en los tiempos de ejecución establecidos.

- El presupuesto debe estar proyectado para garantizar la calidad del producto final. Los pagos a los miembros del equipo de producción deben ser acordes con los valores del mercado audiovisual, así como los costos de los equipos y de las salas de posproducción.
- La estrategia de producción debe definir con claridad cómo se plantean realizar y articular los diversos procesos como: la investigación, la grabación, la posproducción, la música original, el paquete gráfico, el contenido multiplataforma, entre otros, tanto en acciones como en tiempos en coherencia con la propuesta creativa. El grupo de trabajo debe ser adecuado para el proyecto que se plantea.
- En caso de que sea estrictamente necesario utilizar material de archivo o creaciones de terceros, es indispensable contar con la autorización previa y expresa de CAPITAL. Así mismo es necesario valorar su adquisición. Todo el material de archivo o creaciones de terceros que se vayan a utilizar deben ser previa y expresamente licenciados. Adicionalmente dichas licencias deben tener por territorio a todo el mundo, concedidas por todo el término de protección legal y para todos los medios analógicos y digitales.
- Las series deberán contar previo a su utilización y en los casos en que amerite, por parte de los titulares de derechos de autor o conexos, o de sus representantes, las autorizaciones, licencias y cesiones de posición contractual según corresponda (autorización de uso de imagen, locaciones, explotación de obras musicales, imágenes, libretos, fonogramas, obras fotográficas y audiovisuales, voces, entrevistas, entre otros) y en general, cualquier obra protegida por el derecho de autor o conexos y pagar los derechos y tarifas que se causen. Adicionalmente dichas licencias deben tener por territorio a todo el mundo, concedidas a perpetuidad y para todos los medios analógicos y digitales. Para el efecto, deberá hacer uso de los formatos suministrados por CAPITAL.
- Todos los proyectos deben contemplar el uso de música original y contar con las cesiones de derechos correspondientes, en favor de Capital, entre ellos el carácter exclusivo para el proyecto. Para el efecto, deberá hacer uso de los formatos suministrados por CAPITAL. La cesión debe ser sobre la totalidad de los derechos patrimoniales, para todos los países del mundo, por todo el término de protección legal y para todos los medios analógicos y digitales.
- En caso de que sea estrictamente necesario utilizar música no original, es indispensable contar con la autorización previa y expresa de CAPITAL, y con las licencias y autorizaciones otorgadas por los respectivos titulares de derechos de autor y conexos o quienes los representen de acuerdo con la ley. Adicionalmente dichas licencias y autorizaciones deben tener por territorio a todo el mundo, concedidas por todo el término de protección legal y para todos los medios analógicos y digitales. Los costos relacionados con el pago de licencias, autorizaciones o cesiones deben estar contemplados dentro del presupuesto del proyecto y el canal no asumirá ningún costo adicional generado por este tipo de inclusión dentro de los contenidos. Para considerar esta necesidad, se debe contar con previa aprobación de Capital.
- Considerando la necesidad de contar con la seguridad jurídica necesaria para el uso de obras musicales no se aceptará la utilización de librerías o bibliotecas musicales dentro de las propuestas.
- El cabezote, los insumos de graficación, animación, banners, archivo y musicalización deberán ser diseñados, desarrollados y producidos para la serie por el futuro contratista, todo lo cual deberá entregarse junto con el primer capítulo finalizado.



- Las autorizaciones para el uso de imagen de personas deberán estar sujetas a las disposiciones en materia de protección de datos personales. Estas autorizaciones deben darse a perpetuidad, sin límite territorial y para cualquier medio analógico o digital.
- En ningún caso se reciben programas ya realizados o que hayan iniciado procesos de producción.
- En coherencia con los lineamientos establecidos en el Plan de Gestión Ambiental del Distrito Capital 2008-2038 específicamente en lo relacionado con la gestión ambiental institucional y su rol estratégico en el fomento de la sostenibilidad a partir de la apropiación de buenas prácticas, las producciones audiovisuales deben tener en cuenta la aplicación de las siguientes recomendaciones:
 - Evitar la utilización de plásticos de un solo uso para la hidratación del equipo humano.
 - La contratación de un servicio de catering que maneje envases biodegradables.
 - La correcta clasificación de los desechos que se produzcan durante las actividades relacionadas con la producción del proyecto.