



Balance Social
CORPORACIÓN PROYECTANDO IMAGINARIOS / CASA B



Nace a principios del 2012, como un espacio y un colectivo deseoso de construir mundos posibles, a través de una propuesta de educación alternativa que a partir de la experimentación en artes y ciencias, busca, a través de un enfoque de derechos de los niños, recuperar la memoria del barrio Belén y construir un futuro en comunidad.



Los proyectos que se están realizando son:

1. **La Cinehuerta** de Belén, un lugar inédito en el que el cine y la agricultura orgánica van de la mano.
2. **Sello Comunidad** - es símbolo y vitrina de la fuerza productiva y creativa de los barrios construida por sus propios habitantes. Proyecto que busca conectar distintas visiones de vida comunitaria a nivel nacional.
3. **La Vespertina** es una escuela permanente de creación artística y científica en la que conviven cine, música, idiomas, teatro, astronomía, artes plásticas y lecturas compartidas. La Vespertina cuenta con una mediateca bautizada “**La Mediateca del Dragón**” y con un laboratorio llamado **Astronomía Periférica - Estación Belén**, un espacio para entender la ciencia a través del arte y la tecnología.
4. **Carpintería** es un lugar para la creación de mobiliario y objetos basados en la construcción de confianza entre sus participantes y la relación con los compradores.

  <p>Marca social, símbolo y vitrina de la fuerza productiva y creativa de Belén construida por sus propios habitantes</p> <p>Sello Belén</p>	  <p>Un lugar inédito en el que el cine y la agricultura orgánica van de la mano integrándose en la escuela “La Vespertina” y promoviendo la sostenibilidad ambiental</p> <p>La Cinehuerta</p>	  <p>Escuela de educación no formal para niños, niñas y adultos del barrio, que abarca disciplinas tan variadas como las artes plásticas y audiovisuales, los idiomas y el apoyo escolar</p> <p>Escuelita La Vespertina</p>
---	--	---



CONVENIO DE COOPERACION No. 074-16 SUSCRITO CON LA CORPORACION OPCION LEGAL

Proyecto Sello Comunidad.

Con el propósito de acompañar y fortalecer el trabajo realizado por ACNUR a través de su programa (TSI)-Construyendo soluciones sostenibles, el proyecto *Sello De Comunidad* tiene como objetivo promover dinámicas comunitarias donde la población crea alternativas propias de desarrollo socioeconómico mediante procesos autogestionados.

El convenio de asociación se suscribió con fecha del 01 de febrero de 2015, con acta de inicio aprobada el 25 de enero de 2015. Se proyectó la finalización del contrato el 31 de mayo de 2015, sin embargo se realizó una ampliación de la vigencia del contrato hasta el día 30 de junio del 2015 por acuerdo mutuo y debido a que la Corporación Proyectando Imaginarios debía realizar el evento final del contrato llamado "Feria de Altos de la Florida" con la comunidad en el municipio de Soacha como también tramites administrativos orientados a la legalización de los recursos ejecutados.

El valor total proyectado a ejecutar durante el 2015 (Marzo- Junio) fue por la suma de \$60.000.000 (sesenta millones de pesos m/cte) que corresponden al aporte por parte de la Corporación Opcion Legal y ACNUR para la realización del proyecto.

El proyecto denominado "TSI SELLO COMUNIDAD", tiene como objeto principal aunar esfuerzos para acompañar y fortalecer el trabajo realizado por el ACNUR en las comunidades de Alto de la Florida de Soacha (Cundinamarca) y Villa España de Quibdó (Chocó), promoviendo dinámicas comunitarias para la creación participativa de alternativas de desarrollo socioeconómico sostenible, mediante procesos de autogestión, apostándole al territorio y su apropiación a través de la cultura como las herramientas que apalancarán las fases de "CONDENSACIÓN" en Villa España, y de "EXPANSIÓN E IRRADIACIÓN" en Altos de la Florida.

Obligaciones específicas:

Villa España- Condensación

1) Seleccionar la comunidad con cual se implementará la fase 1 (en conjunto con el equipo de apoyo de ACNUR en terreno). Una vez definida la comunidad, estableceremos la metodología más pertinente para articular el proceso de creación del Sello de Comunidad junto con la Administración local, Juntas de Acción Comunal, Consejos comunitarios y representantes de la comunidad en general que puedan aportar al proceso. Esto fase requiere una identificación y mapeo de actores y de organizaciones de base en la comunidad, así como el levantamiento de un inventario productivo, cultural, educativo, territorial, arquitectónico y deportivo.

2) La comunidad recibirá entre 16 y 20 visitas por parte del equipo consultor segmentadas en 9 fases:



- a. **Visita de preámbulo:** En donde pretendemos conocer a quienes ya han venido trabajando en terreno con la comunidad, los oficiales del ACNUR, e identificaremos líderes comunitarios, interesados en participar, en colaborar, reconocer el espacio físico.
- b. **Charla sobre cómo el Sello Comunidad** podría ayudar en el camino a la consecución de los objetivos planteados y a soluciones sostenibles para su comunidad.
- c. **Visita de trabajo:** Taller de instauración de objetivos comunes. Aquí se indagará sobre el futuro deseado de los integrantes de la comunidad, previamente se hará una convocatoria para invitar a los más activos en participación. Al final debemos salir con la idea clara del punto de llegada, a dónde quiere la comunidad llegar y porqué.
- d. **Trabajo de reconocimiento** (Proceso participativo con la comunidad): Esta parte del proceso pretende levantar un inventario del potencial de la comunidad en términos de : Memoria histórica, Productividad, Producción artística, Gastronomía, Capacidades atléticas, Entre otras.
- e. **Taller de Pre-diseño del sello.-** Trabajo con la comunidad.
- f. **Fase de Diseño** del Sello Comunidad / Con la participación de los integrantes de la comunidad. / Presentaciones a la comunidad para su aprobación.
- g. **Creación video promocional** material audiovisual promocional del Sello Comunidad.
- h. **Evento lanzamiento del Sello Comunidad** que se realizará con el apoyo de las instituciones y organizaciones que allí trabajan y con la ayuda de la comunidad.

Altos de la Florida – Expansión e irradiación

1) Por expansión entendemos el procesos de comunicación y divulgación al interior de la comunidad.

Una vez el Sello Comunidad se ha diseñado y ha sido materializado en algunas piezas, se inicia una fase de divulgación en la comunidad; la meta es conseguir que todos vean el Sello aunque sea una vez, y entiendan por qué fue creado, para que a partir de allí se construyan asociaciones alrededor del mismo.

Las asociaciones se construyen ex-hibiendo la imagen junto a otras, o acompañando acciones a las cuales la queremos relacionar. Un ejemplo puede ser la invitación a un concierto de un grupo musical local, patrocinado por el Sello Comunidad. Otro ejemplo sería que el nombre de la escuela local, vaya acompañado de la nueva imagen del Sello, garantizando así la exposición de este ante todos los niños, diariamente.

2) Por irradiación entendemos el proceso comunicación y divulgación del Sello hacia públicos externos a la comunidad

Tener un Sello construido por una población y tomado como propio entre sus integrantes es ya un gran logro. Con una comunidad que vivió un proceso que creó lazos entre los habitantes y canales de comunicación, tendremos base suficiente para articular esfuerzos y dinamizarlos hacia la construcción de un plan de aprovechamiento de la fuerza productiva de bienes y servicios, y de los brotes artísticos, deportivos y el enaltecimiento de los activos históricos que puedan atraer la atención de todos los



habitantes y de quienes no lo son.

El convenio se suscribió con fecha del 1 de marzo de 2015 y se proyectó la finalización del contrato el 30 de junio de 2015. Se realizó un otrosi por el mes de julio de 2015.

**III CONVOCATORIA DE FORTALECIMIENTO DE BIBLIOTECAS COMUNITARIAS DE BOGOTA- BIBLIORED
SUSCRITO CON BIBLIORED RED CAPITAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS Y LA SECRETARIA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE
Contrato de concesión No 151**

Tejiendo territorio: Libros de casa en casa, la mediateca también es mi casa. Proyecto de recuperación del tejido social y apropiación territorial en el barrio Belén.

La Mediateca del Dragón a partir de su lectura social y territorial del Barrio Belén, fomentará la apropiación y el empoderamiento territorial, desde la recuperación y reconstrucción del tejido social, donde los habitantes del barrio puedan convertirse en agentes activos de los procesos de culturas escritas.

Estos procesos se gestionarán a partir de la implementación de una estrategia visible de cara a los servicios bibliotecarios que ofrece La Mediateca del Dragón; es decir, como primera etapa se desarrollará el servicio de préstamo externo del material bibliográfico, mediante jornadas de afiliación y carnetización para los habitantes e instituciones u organizaciones públicas vecinas; para ello se imprimirán inicialmente doscientos cincuenta (250) carnets de impresión en frío. Como segunda etapa, con el fin de construir una cultura de corresponsabilidad desde los servicios de la Mediateca Del Dragón, se desarrollarán para la comunidad una serie de talleres de formación sobre los servicios bibliotecarios acompañados de charlas sobre la apropiación del territorio y la cultura ciudadana, para visibilizar las voces que habitan en el espacio territorial y para dotar de herramientas a la comunidad en el ejercicio inicial de apoyo y apropiación del espacio de la Mediateca del Dragón y así generar la sostenibilidad del espacio y de los servicios y por tanto un diálogo recíproco con miras a la recuperación y reconstrucción del tejido social en el barrio Belén.

Este proyecto tendrá un alcance a corto plazo desde septiembre hasta el mes de diciembre; sin embargo, como se aclara anteriormente, se busca con las actividades y servicios, que haya una sostenibilidad a mediano y largo plazo de los procesos, servicios y estrategias implementados.

Objetivos:

- Implementar el servicio de préstamo externo de material bibliográfico de La Mediateca del Dragón en el territorio del Barrio Belén.
- Contribuir a la apropiación y fortalecimiento del territorio mediante la participación activa de los habitantes del territorio del barrio Belén en la biblioteca comunitaria.
- Fortalecer y extender la red de lectores dentro del barrio, fomentando la práctica y el hábito de las culturas escritas.



- Promover la participación y autogestión comunitaria de la Mediateca del Dragón.
- Fortalecer las alianzas estratégicas con la Red Capital de Bibliotecas Públicas-BIBLORED.

El convenio de asociación se suscribió con fecha del 10 de diciembre de 2015.

CONTRATO DE COMPRAVENTA No. 331 SUSCRITO CON LA ESCUELA TALLER DE BOGOTA.

Se acuerda realizar el presente contrato de compraventa donde la FUNDACIÓN adquiere a título de compra: 23 sillas con espaldar, 2 butacos armarios, siete mesas 2X1, cuatro pizarras; y todos los muebles grabados a laser.

Estos productos serán construidos por parte de la asociación de carpinteros de Belén la cuál está organizada y liderada por la Corporación Proyectando Imaginarios y su proyecto de Marca Belén. Debido a esto la CORPORACIÓN contrató a los Carpinteros: Oscar Benavides, Juan Carlos Moreno y Patricia Leguizamón con el animo de empezar a consolidar la cooperativa de carpinteros de Belén. El objeto del contrato además de la construcción de los muebles tenia la obligación de: comprar materiales para la construcción y pago de los consecuentes impuestos derivados de él.

El convenio de asociación se suscribió con fecha del 1 de noviembre de 2015 y tenia como fecha de terminación el 25 de noviembre de 2015.

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS No. FM- 045 SUSCRITO CON LA FUNDACION MAR VIVA

Con el propósito de apoyar la consolidación de la alternativa productiva “Circuito Turístico Alternativo La Cumbancha ” para promover la conservación de los ecosistemas de manglares del Golfo de Tribugá en el marco de la implementación del plan de manejo de Integrado del Golfo de Tribuga – Cabo Corrientes, a través del desarrollo del componente de consolidación y posicionamiento de marca.

Altiplano/Proyectando imaginarios es una alianza que ve en la comunicación una herramienta de transformación y cohesión social, por ello enfoca sus esfuerzos en generar procesos innovadores que den posibilidades de expresión a personas y comunidades que tienen difícil acceso a ello. Esta alianza suma esfuerzos para crear estrategias de comunicación que fortalezcan identidad y procesos comunitarios en diferentes partes del país. Estos dos colectivos con experiencia en el sector de la publicidad, el trabajo social y las comunicaciones, han desarrollado por un lado productos audiovisuales para múltiples plataformas, y por otro han trabajado en la construcción participativa de marcas comunitarias en Bogotá, Soacha y Quibdó que propician el trabajo colectivo, impulsan procesos sociales y culturales y apalancan



proyectos productivos y comerciales dándoles visibilidad. Recientemente han apoyado la creación de la marca del circuito de turismo alternativo “La Cumbancha” en Nuquí.

“La Cumbancha” ha sido el resultado del esfuerzo colectivo de los habitantes de los corregimientos de Coquí, Panguí, Tribugá, y Jurubirá, en torno a este proyecto de turismo ecológico y comunitario, desarrollado en colaboración con varias instituciones (entre estas Altiplano/Proyectando Imaginarios). El trabajo realizado consistió en un análisis estratégico y evaluación del circuito desde la perspectiva local, la definición de objetivos y finalmente un taller participativo de creación de concepto, narrativa e imagen de la marca.

La Alianza Altiplano/Proyectando Imaginarios creó una plataforma estratégica de comunicaciones que resuelve la inquietud: Cómo comunicar de manera adecuada el corredor turístico La Cumbancha, que comprende los corregimientos de: Coquí, Panguí, Tribugá y Jurubirá (Nuquí) y que al ser divulgado, capture la atención de un turismo consciente y responsable con el entorno, es decir, tanto con la comunidad como con la naturaleza.

Esta estrategia que se inspirará en el Norte Estratégico adelantado en octubre/2014 en un primer momento, será desglosada por público objetivo y por momentos y fases en el tiempo, con el objeto de no tener desperdicio de recursos, al mismo tiempo que facilita su implementación en una siguiente fase, a la cual podremos dar un acompañamiento para garantizar una ejecución efectiva.

Actividades específicas

- Realizar talleres en cada comunidad del Golfo de Tribugá con un foco en las comunidades de que forman parte del Circuito de Turismo Alternativo “La Cumbancha” en Nuquí.
- Diseño de tres propuestas de la marca Nuquí y del Circuito de Turismo Alternativo “La Cumbancha”
- Preproducción y producción del evento de lanzamiento de la marca y las iniciativas a nivel local.
- Diseño colectivo y socialización de la estrategia de posicionamiento de la marca en los niveles regionales nacionales e internacionales.

El convenio de asociación se suscribió con fecha del 15 de septiembre de 2015 y tenía como duración tres meses a partir de la fecha.

Debido al acuerdo realizado por La fundación Mar Viva y la Corporación Proyectando Imaginarios para aumentar el tiempo del contrato a marzo 30 de 2016, para la realización del lanzamiento de la Marca Nuquí el 20 de febrero de 2015 y presentar la documentación debida para dicho evento. Para esto se firmo en común acuerdo un otrosi.



Contrato de consultoría 21-16 Conservación Internacional

Creación participativa de la Marca Comunidad que representará a la zona exclusiva de pesca artesanal (ZEPA)

Proyectando imaginarios es un colectivo que ve en la comunicación una herramienta de transformación y cohesión social, por ello enfoca sus esfuerzos en generar procesos innovadores que den posibilidades de expresión a personas y comunidades que tienen difícil acceso a ello. Así crea estrategias de comunicación que fortalezcan la identidad y los procesos comunitarios en diferentes partes del país. Este colectivo con experiencia en el sector de la publicidad, el trabajo social y las comunicaciones, ha desarrollado una metodología para la construcción participativa de marcas comunitarias en Bogotá, Soacha, Quibdó y Nuquí que propician el trabajo colectivo, impulsan procesos sociales y culturales y apalancan proyectos productivos y comerciales.

La propuesta de marca ZEPA se configura a través de la construcción participativa de un símbolo donde se vea identificada la organización, y que haga posible fortalecer los lazos al interior de ella; teniendo en cuenta que a través de la autorrepresentación –materializada en un símbolo– es posible contribuir a la construcción o reconstrucción y fortalecimiento de la organización en su conjunto. En el diseño y la implementación de este símbolo denominado Marca Comunidad se materializa la capacidad de diseñar y poner en marcha estrategias, desde la gente, que conlleva al empoderamiento en la construcción de metas comunes al mismo tiempo que adquieren herramientas de comunicación y comercialización.

Las asociaciones/organizaciones son entes que requieren de muchas razones para permanecer unidas. Más allá del proceso productivo, de ideales y de ambiciones, necesita motivos adicionales, todos los que sean necesarios para fortalecer los lazos entre sus miembros, y es precisamente aquí en donde un proceso participativo de la marca que los representará cobra una gran relevancia.

La creación participativa de un símbolo identitario está relacionada directamente con la unión para conseguir objetivos comunes. Este proyecto más allá de tener como finalidad el diseño de una imagen estéticamente aceptada, fortalece los lazos entre los participantes y ayuda a establecer puntos en común partiendo de un análisis introspectivo para así poder llegar a definir cambios de paradigmas dentro de la organización o comunidad.

Una vez el símbolo es validado por una muestra representativa de los miembros, este será apropiada más fácilmente que una imagen impuesta o no desarrollada por ellos mismos. Y como el reto de las marcas está en la apropiación, esta metodología parte con la base de crear una atmósfera ideal para el posicionamiento de la marca, de modo que puedan valorar lo que tienen y lo que pueden hacer, y de esta manera construir una identidad colectiva positiva.

Este proyecto se configura como una herramienta útil para 1.) Fortalecer el sentido de pertenencia a través de la construcción y reconstrucción de identidades colectivas y 2.) Creación de una vitrina (hacia adentro y hacia afuera) de las ventajas del producto o servicio, la misión y objetivos de los miembros, las virtudes y valores diferenciales del símbolo/marca construido.



En la medida que la Marca Comunidad existe y comienza a ser conocido por los miembros de la organización se promueve una interacción entre ellos, con intercambios de opiniones y cuestionamientos básicos sobre el buen uso de la Marca.

Objetivo

Hacer uso de la metodología participativa de creación de marca (logo) de la ZEPA para fortalecer la identidad de sus miembros hacia esta asociación, al mismo tiempo que adquieren herramientas de visibilización y comercialización de su producto.

Responsabilidades

- Trabajar junto con los miembros de la asociación ZEPA el entendimiento de los objetivos y expectativas frente al proceso de pesca artesanal y su negocio.
- Diseñar al menos 3 alternativas de logo de la asociación para posterior elección por parte de sus miembros.
- Ajustar el logo ganador en caso de tener comentarios.
- Construir el Camino Estratégico de marca (Base conceptual del símbolo) con los insumos de los talleres realizados con los miembros de la asociación.
- Diseñar al menos 5 aplicaciones del logo que los mismos miembros propongan.
- Acompañar el proceso de producción y uso de las piezas publicitarias diseñadas para los corregimientos.
- Acompañar el proceso de lanzamiento de la marca.
- Construcción del plan de comunicaciones de la marca ZEPA con los miembros de la asociación.
- Establecer los insumos conceptuales necesarios para la realización audiovisual del infocomercial de la asociación.

El convenio de asociación se suscribió con fecha del 15 de Julio de 2016 y tenía como duración tres meses a partir de la fecha.

Contrato de consultoría C&G 121

Patrimonio Natural / Programa de Conservación y Gobernanza

El Programa Conservación y Gobernanza (C&G) en el marco de los componentes y objetivos esperados requiere una persona natural o jurídica con experiencia en diseño de estrategias de comunicaciones, que logre posicionar y visibilizar el Programa C&G frente a varios públicos.

El Programa de C&G busca compartir y divulgar la información generada durante su ejecución, así como los avances y éxitos generados en los dos componentes del Programa con el fin de compartir lecciones aprendidas, generar aliados en el territorio y promover la comunicación para el desarrollo como una estrategia para lograr los objetivos de conservación planteados. Esta información debe llegar a entidades públicas del orden local y regional, organizaciones regionales y locales, siendo incluyente en cuanto a las diferentes culturas presentes en el territorio, con el fin de incidir en la toma de decisiones de una manera asertiva.

Se requiere divulgar información más allá de la región y desde la región, por lo que además de la comunicación técnica, política e inter-institucional, hay una necesidad de informar al público en general. Esto implica, que se empleen los medios actualmente disponibles en Patrimonio Natural (por ejemplo las



redes sociales, página de web, blogs de diferentes proyectos y programas) y que se utilicen otros medios disponibles, garantizando que la información se mueva más allá de lo local y regional. Con especial énfasis en las posibilidades de incluir otros medios de difusión local.

I. _____OBJETO

Diseñar una estrategia de comunicaciones sobre los avances y el trabajo del programa Conservación y Gobernanza de Patrimonio Natural, hacia donantes, cooperación internacional, agencias de gobierno, entidades públicas del orden local y regional y organizaciones regionales y locales, además de otros públicos a partir de los resultados del análisis de necesidades, públicos y objetivos de comunicación del programa de Conservación y Gobernanza.

El convenio de asociación se suscribió con fecha del 28 de marzo de 2017 y tenía como duración tres meses a partir de la fecha.

AUTOGESTIÓN

Es importante resaltar las actividades realizadas por la Corporación en el espacio de Casa B y la Cinehuerta en el barrio Belén. En ellos personas nacionales e internacionales tienen la posibilidad de trabajar como voluntarios para crear procesos sociales y comunitarios de intercambio ciudadano. Por esto, existen diversos eventos, festivales, talleres, ferias y encuentros que a lo largo del año son contruidos por estos invitados y la gente del barrio, fomentando el diálogo y la construcción colectiva en la ciudad de Bogotá.

Adicionalmente la Corporación Proyectando Imaginarios realiza eventos bimensuales para visualizar el trabajo realizado dentro del espacio como también para recaudar recursos para los proyectos de la Casa B en el barrio Belén.

Por último, se están desarrollando intercambios de apoyo social empresarial con algunas organizaciones como Sustentar soluciones verdes, con el que se tiene un acuerdo de apoyo para la generación de ingresos comunitarios a través de la venta de plantas de sedum.