



RECIBIDO EL 8 DE ABRIL DE 2023 - ACEPTADO EL 9 DE JULIO DE 2023

Investigación creación en comunicación - educación: La imaginación como potencia transformadora y comunicativa

Research creation in communication – education: imagination as a transformative and communicative power.

Hernán Javier Riveros Solórzano¹

Resumen

Este artículo tiene como propósito presentar los elementos constitutivos que permiten consolidar una propuesta de investigación – creación en el campo comunicación – educación como herramienta metodológica para desarrollar procesos críticos y analíticos de diversas problemáticas socio culturales y educativas contemporáneas a partir de la elaboración de recursos, herramientas y creaciones en las que se conjugue una relación dinámica entre aspectos conceptuales, ontológicos y epistemológicos para cimentar un carácter político del proceso

creador como parte del ejercicio investigativo en diversos contextos comunicativos y educativos. Para ello se toma como base la experiencia acumulada en la Maestría en Comunicación – Educación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas a modo de sistematización de las diferentes apuestas construidas por diferentes estudiantes en los últimos 5 años y, al mismo tiempo, la reflexión académica y epistémica en torno a las posibilidades de hacer de la práctica investigativo-creativa una apuesta política en la que se haga factible responder a las problemáticas de una sociedad cambiante como la actual, atravesada por retos como la digitalización de la vida, la presencia de la IA y el carácter inquietante de los escenarios mediáticos, educacionales, sociales y culturales. En esta medida, se presentan los aspectos que componen una propuesta de investigación – creación y el papel que juegan para hacer procesos de acción y reflexión en los que la producción creativa sea a la vez reflexión, diálogo y transformación de los entornos en los

¹ Becario en el programa de investigación postdoctoral en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, Universidad de Manizales, CINDE. Doctor en Estudios Sociales, Universidad Distrital. Magister en Comunicación – Educación, Universidad Distrital. Especialista en Pedagogía de la Comunicación y Medios Interactivos, Universidad Distrital. Licenciado en Lingüística y Literatura, Universidad Distrital. Docente en Universidad Distrital Francisco José de Caldas en el Doctorado en Estudios Sociales, la Maestría en Comunicación – Educación y el pregrado de Comunicación Social y Periodismo. Correo electrónico: hjriveross@udistrital.edu.co ORCID Hernán Javier Riveros Solórzano: <https://orcid.org/0000-0002-1185-7603>



que se investiga y crea como propuesta de una política del reconocimiento y la re-existencia.

Palabras clave: investigación, creación, política, comunicación, educación, epistemología

Abstract

The purpose of this article is to present the constitutive elements that allow the consolidation of a research - creation proposal in the field of communication - education as a methodological tool to develop critical and analytical processes of diverse contemporary socio-cultural and educational problems from the elaboration of resources, tools and creations in which a dynamic relationship between conceptual, ontological and epistemological aspects is conjugated in order to cement a political character of the creative process as part of the investigative exercise in diverse communicative and educational contexts. For this purpose, the experience accumulated in the Master's Degree in Communication - Education of the Universidad Distrital Francisco José de Caldas is taken as a basis for the systematization of the different stakes built by different students in the last 5 years and, at the same time, the academic and epistemic reflection around the possibilities of making the research-creative practice a political bet in which it becomes feasible to respond to the problems of a changing society like the current one, crossed by challenges such as the digitalization of life, the presence of AI and the disturbing character of the media, educational, social and cultural scenarios. Then, we present the aspects that make up a research-creation proposal and its role to make processes of action and reflection in which creative production is at the same time reflection, dialogue, and transformation of the environments in which research and creation take place as a proposal for a policy of recognition and re-existence.

Key words: research, creation, politics, communication, education, epistemology,

Ressumo

O objetivo deste artigo é apresentar os elementos constitutivos que permitem a consolidação de uma proposta de investigação-criação no campo da comunicação-educação como ferramenta metodológica para desenvolver processos críticos e analíticos de diversas problemáticas socioculturais e educativas contemporâneas a partir da elaboração de recursos, ferramentas e criações em que se combina uma relação dinâmica entre aspectos conceptuais, ontológicos e epistemológicos, permitindo cimentar um carácter político do processo criativo como parte do exercício de investigação em diversos contextos comunicativos e educativos. Para tal, a experiência acumulada no Mestrado em Comunicação - Educação da Universidade Distrital Francisco José de Caldas é tomada como base para a sistematização das diferentes abordagens construídas por diferentes estudantes nos últimos 5 anos e, simultaneamente, para a reflexão académica e epistemológica sobre o carácter político do processo criativo como parte do exercício de investigação em diferentes contextos comunicativos e educativos, a reflexão académica e epistémica sobre as possibilidades de fazer da prática investigativo-criativa um compromisso político em que se torna viável responder aos problemas de uma sociedade em mudança como a atual, atravessada por desafios como a digitalização da vida, a presença da IA e o carácter perturbador dos cenários mediáticos, educativos, sociais e culturais. Assim, os aspectos que compõem uma proposta de investigação-criação e o papel que desempenham em processos de ação e reflexão em que a produção criativa é simultaneamente reflexão, diálogo e transformação dos ambientes em que a investigação e a criação têm lugar são apresentados como uma proposta para uma política de reconhecimento e re-existência.



Palavras-chave: investigação, criação, política, comunicação, educação, epistemologia,

Las sociedades contemporáneas presentan un conjunto de desafíos innegables para los escenarios educativos y comunicativos: las mutaciones en los conceptos de espacio y tiempo orientadas a lo efímero y lo ubicuo, la presencia de nuevos referentes y constructos culturales anclados en lo visual, lo transmediático y lo digital; y, entre otras cuestiones, la aparición de nuevas dimensiones económicas y tecnológicas dadas por economías biface (Ferry, 2017), la presencia cotidiana y futura de la IA y la desconexión entre el diario vivir de las nuevas generaciones y el carácter estático de los currículos escolares o los contenidos mediáticos tradicionales. Sumado a estos retos, el escenario consolidado por la postpandemia ha generado también la presencia de otras condiciones para la existencia de los sujetos y, de igual manera, los retos crecientes de un universo conceptual cada vez más complejo, de necesidades más amplias de diálogos interepistémicos y la creciente tensión ante problemáticas como la crisis medioambiental planetaria o las necesidades éticas en temas económicos y de tecnociencias, han llevado a que exista un tremendo desafío: la creación de nuevos conceptos y modos de investigar más allá de las técnicas existentes y que pueda responder a una era que si bien, como señaló Lipovetsky (2009) se presentaba inquietante, también requiere de esos mapas, cartografías, topografías y nociones que permitan asumir los retos de una era cambiante y, al mismo tiempo, mantener esa fuerza política del ejercicio investigativo como labor crítica y creativa.

En el caso de la Maestría en Comunicación – Educación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas en Bogotá, Colombia, se ha venido realizando un ejercicio de construcción de una forma de hacer investigación –

creación² en la que se toman como punto de partida algunos aspectos constitutivos de la investigación – creación (Delgado, et.al., 2015, Estevez, et. Al. 2018, Sullivan, 2003), o I+C (Minciencias, 2021), que emergen en el campo artístico como resultado de un largo proceso de reflexión frente al proceso investigativo en artes (Alba y Buenaventura, 2020) para hacer sobre ellos un ejercicio de discusión en torno a lo que significa el proceso creativo en el ámbito de la relación comunicación – educación, de manera que el ejercicio investigativo no se lea ni como un ejercicio instrumental de elaboración de un producto ni como un apéndice de la aplicación de metodologías de la investigación cualitativas, cuantitativas o mixtas. Es así como, al marcar una distancia de los avances en la reflexión sobre investigación – creación propuestas en el ámbito de las artes, se propuso un abordaje distinto de esta modalidad investigativa mediante la interacción propia entre un proceso de problematización, la consolidación de una filosofía del producto (en términos de la relación teoría – práctica) y la elaboración de un material comunicativo, educativo, estético, digital o de diversa naturaleza dentro de las posibilidades del campo comunicación – educación y, finalmente, la relación directa con un proceso de apropiación social del conocimiento (Minciencias, 2021), en el que se entiende que la creación se encuentra abierta y en diálogo con los usuarios – receptores del elemento construido.

Este proceso ha llevado a que, en los últimos cinco años se hayan producido diferentes

² Es preciso señalar que, en este proceso también se ha contado con el valioso aporte de las lecturas, exposiciones, planteamientos y conversaciones realizadas en conjunto por el equipo de docentes de la Maestría, particularmente de los profesores Fernando Aranguren Díaz, Diana Lozano Prat, Jainer León Buitrago, Tomás Vásquez Arrieta, Carmen Helena Guerrero Nieto, Borys Bustamante Bohórquez y Juan Carlos Amador Baquiro, con quienes, en el marco de seminarios docentes y conversaciones académicas se han construido importantes reflexiones acerca del campo comunicación – educación y también de los aspectos a considerar para consolidar procesos de investigación – creación, constituyéndose en voces que han orientado diferentes trabajos investigativos que se recogen en este artículo.



investigaciones – creaciones en las líneas de medios interactivos, cultura política, cultura urbana, literatura e incluso ciencia y tecnología en las que obras comunicativas, pedagógicas, didácticas, digitales y estéticas han tenido como punto de partida un proceso crítico que emerge de las necesidades y/o fortalezas de las comunidades y en las que, con el mismo espíritu teórico – práctico que caracteriza al campo comunicación – educación (Huergo, 2013, Aranguren, Bustamante y Riveros, 2019), se plantea un trabajo creativo que dialoga con los sujetos y, al mismo tiempo explora la potencia de la creatividad para resolver problemas desde la fuerza de lo comunicativo y lo educativo. Todo ello sin dejar de lado el sustento de una perspectiva teórico – conceptual que revisa los antecedentes investigativos y creativos en torno a la problemática abordada, así como también los ejes de conexión entre los conceptos tratados y la producción creativa realizada, de forma tal que se evada una concepción instrumental de los productos u obras creadas para así, al llevarlos a las audiencias y/o receptores, sea posible establecer esos diálogos necesarios con la comunidad, en un ejercicio de retroalimentación que posibilita una apertura al ejercicio investigativo. En este proceso, en consecuencia, se han realizado productos propios del ámbito comunicativo – educativo como es el caso de audiovisuales, comics, libros, materiales didácticos, programas radiales, hipermedias, animaciones, obras literarias, instalaciones artísticas, sitios web y un conjunto de realizaciones en las que se expresa también una profunda conciencia del papel político de la producción creativa en comunicación – educación toda vez que no son productos únicamente, sino que son puntos de partida para la transformación social de los entornos en los que se desarrollan.

A continuación se presentarán los aspectos que, como fruto de las experiencias y reflexiones acerca del que hacer de la investigación –

creación en comunicación – educación, permiten el desarrollo de este tipo de procesos, así como los elementos de interacción entre lo ontológico, lo epistemológico y lo metodológico que permiten consolidar una apuesta por los modos en los que se integra el ejercicio investigativo como proceso de problematización en contexto y la construcción de realizaciones comunicativas como respuesta a las problemáticas *in situ*. Se trata, en consecuencia, de un acercamiento a una apuesta por realizar un ejercicio investigativo en el que sea posible llevar a cabo un ejercicio de producción comunicativa y educativa en diferentes formatos y soportes que vaya más allá de dimensiones instrumentales o de producciones orientadas únicamente en su aspecto técnico (como suele ocurrir con productos comunicativos en radio, audiovisuales o digitales en el contexto educativo), para situarse en un ejercicio de reflexión y problematización tanto conceptual como práctico y en el que también se interactúa con los sujetos hacia los cuales se dirigen las producciones, pues no se trata de procesos creativos que surgen en la soledad del investigador, sino en una interacción crítica con las comunidades y las maneras en las que es precisamente la imaginación aquella que tiene la posibilidad de responder a las problemáticas mediante la re-creación, la re-existencia y la re-invencción de lo distinto. Así, se presenta entonces un proceso que inicia precisamente con un cambio de la mirada hacia la complejidad (Morin, 1999), que caracterizan las problematizaciones de una era heterogénea, cambiante y múltiple como la actual.

El entre-ver y el escuchar: Apertura a problemas o posibilidades

El punto de partida del proceso investigativo es la escucha, la contemplación y el entre-ver, en otras palabras, ese detenimiento necesario ante realidades que requieren una mirada que permita tanto hacer visible aquello que pareciese estar a simple vista (pero que no se alcanza a ver)



como posibilitar el encuentro con lo misterioso, lo extraño, lo oculto. Esto implica, en principio, estar en condiciones para que se comprenda la necesidad de volver sobre las preguntas y no en las respuestas, como lo establecieron claramente Freire (2014) e incluso como subyace en el nuevo espíritu científico conforme a Bachelard (1993). Por consiguiente, se requiere de una aproximación a los contextos, los territorios y/o las comunidades desprovista de explicaciones o de formulas para resolver problemas y más bien una cierta apertura a la incertidumbre (Morin, 1999), a ese tremendo desafío que implica tanto el desconocimiento de lo que acontece como la magia que se anida en el asombro ante lo ignoto. En este sentido, el investigador – creador en comunicación – educación en principio es un observador y un escucha, lo que en sí mismo es una apuesta política, en tanto que “*escuchar* es un acto político en la medida en que integra a las personas en una comunidad y las capacita para el discurso. Crea un “nosotros”” (Han, 2022, p. 55). Y ese nosotros no se hace desde la distancia, sino al interior de los grupos sociales, las prácticas y las comunidades.

Así pues, esto implica un cambio de mirada en relación con el accionar del investigador en el contexto y más aún del creador en una visión del proceso creativo como un acto individual. Esto puesto que, en esta apuesta, la investigación emerge como resultado de una mirada profunda a las condiciones de los contextos en sus problemáticas e incluso en sus fortalezas y posibilidades, pues una creación puede resolver un problema o también potenciar las capacidades de un conjunto de sujetos en un espacio en concreto. De esta manera, la investigación – creación tiene un carácter situado y problematizador para el sujeto que investiga, cuya ontología está marcada por la apertura al cuestionamiento, la discusión y el encuentro con lo diverso. El imperativo del investigador, en consecuencia, no parte de lo determinado, sino que indica que ese yo que

investiga se rige por la idea según la cual, en su relación de sí consigo mismo en la investigación no existe un *he de seguir* el manual de investigación y sus técnicas o el de las lógicas propias de la estructura de una producción comunicativa, pedagógica o estética, sino que se presenta un “*he de cambiar mi enfoque, he de mirar el mundo con otra óptica, otra lógica, otros métodos de conocimiento*” (Calvino, 2010, p. 23). Se trata, entonces, de una mirada interactiva, de reconocimiento (Huergero, 2013), de una comunicación que construye comunidad y de una educación orientada al nosotros, al estar juntos.

Ahora bien, esta apuesta de apertura implica, en consecuencia, un acto de caracterización y de diálogo. Una inmersión en los contextos y una escucha directa de las voces de los sujetos en las comunidades. La creación, vista de este modo, no parte desde una distancia, al menos en el proceso inicial, sino a partir de un encuentro directo con los otros y que halla los aspectos desafiantes de los problemas, esto es, las preguntas sin resolver, así como al mismo tiempo se abre a las posibilidades de consolidar composiciones para potenciar avances y fortalezas que se encuentran en el interior de los grupos sociales en los contextos situados. Se trata, entonces, de una actitud investigativa en la que, en principio, no se teme al cuestionamiento, sino que se abraza, con la advertencia metodológica de poder construirse preguntas ante las que las respuestas posibles estén en la creación, en productos que pueden afrontar la problemática en clave de solución factible ante las inquietudes que emergen de las comunidades; y, al mismo tiempo, un accionar en el que se puede ir al reconocimiento del accionar de los grupos sociales y la forma en la que una producción comunicativa, educativa o estética, puede potenciar la capacidad presente en los grupos con los que se interactúa. Por ello, en esta propuesta investigativa no solamente emergen un conjunto de preguntas



que configurarían un problema de investigación, sino que también se pueden configurar metas en clave de interactuar con las potencialidades de las comunidades.

En términos prácticos, esta apuesta ontológica del investigador – creador ubicado en una actitud de apertura y cuestionamiento en el interior de las comunidades, implica realizar un ejercicio de problematización entendido como un accionar en el que se realiza una aproximación directa a los grupos con los cuales se pretende trabajar, lo que conlleva a una caracterización y a un encuentro con todas las situaciones, factores y elementos que componen los contextos situados con los que se investiga. Una vez conocidos o re-conocidos todas estas condiciones, es preciso plantearse los problemas que enfrenta la comunidad y su relación con posibles productos creativos que resuelvan estas problemáticas o las potencialidades que puedan sintetizarse, hacerse visibles o potenciarse con la consolidación de una producción comunicativa, educativa o estética. La advertencia metodológica, de nuevo, es tener en consideración que tanto una pregunta como una meta han de implicar un ejercicio reflexivo y crítico profundo, una especie de práctica que lleva al investigador – creador a construirse un camino teórico y metodológico de transformación, no solo en el caso del contexto con el que se trabaja, sino también de sí mismo en su condición de investigador que se construye a sí mismo en tanto que investiga, y, en simultáneo es un creador que no solo propone un producto creativo, sino que hace invención al interior de la comunidad y a su vez se reinventa, se reconstruye y se reconfigura en la investigación – creación como viaje y experiencia.

A modo de ejemplo, podría considerarse, verbigracia, la situación de un grupo de sujetos que desconoce las narrativas ancestrales de su territorio y, al mismo tiempo requiere de un

cierto trabajo ético en la relación con el cuidado del medioambiente. Ahora bien, en términos de fortalezas, hay una inclinación fuerte al consumo de productos culturales cinematográficos, particularmente los asociados al universo del comic y la novela gráfica. Una vez explorada y conocida la situación propia del grupo social, lo que incluye condiciones etarias, socioculturales e incluso históricas, a la hora de plantear la problematización, podría aparecer o bien un conjunto de preguntas que llevarían a configurar el producto como la solución a un problema específico, o bien un grupo de afirmaciones en las que la creación sintetizaría o generaría condiciones para potenciar las fortalezas del grupo con el que se realizaría el ejercicio investigativo – creativo. Así, en el primer caso, del abordaje en clave de problema, sería válido, por ejemplo preguntarse por el modo en el que una producción comunicativa (un audiovisual, un libro ilustrado, un comic), educativa (un software, una pagina web, un juego de cartas), estética (relatos, pinturas, un performance), podría, en interacción con los sujetos, generar condiciones para conectar con lo ancestral y lo medioambiental; y, en el caso de lo afirmativo, plantear la manera en la que una novela gráfica podría potenciar el ejercicio creativo como punto de encuentro entre los sujetos y su entorno en clave de cuidado medioambiental. En ambos casos, aunque inicialmente pareciese que se tratara de una cuestión instrumental, es necesario plantearse, en términos de objetivos, un proceso que no reduzca la realización de un elemento creativo a un nivel meramente técnico sino que, fruto de la reflexión crítica ofrezca nuevo conocimiento tanto para las comunidades con las cuales se trabaja, como en el acercamiento amplio al campo comunicación – educación.

Más allá de los objetivos: entre productos y procesos

A la hora de plantearse los objetivos del proceso



de investigación – creación es necesario tener en consideración dos puntos de partida: por un lado, la cuestión epistemológica, en la que es central tener en cuenta el carácter de tensión y apertura propio del campo comunicación – educación; y, por otro lado, la perspectiva según la cual no se trata de plantear una dimensión instrumental en términos de la elaboración de un producto sino la configuración de algo nuevo, distinto, que agrega algo al problema o a la afirmación que sostiene el ejercicio investigativo. Esto implica, en primera instancia, situarse en un lugar de trabajo académico y reflexivo ligado a una prolífica tradición latinoamericana, pero también a un conjunto de convergencias, interacciones y tensiones entre comunicación y educación, en la que no se trata de ubicar ni desde la comunicación ni desde la educación, sino en un *entre* que a su vez también se encuentra *entre* lo teórico y lo práctico. De igual manera, este abordaje refiere a una cuestión definitiva: posicionarse desde el objetivo no como un ítem por cumplir como si se tratase de una lista de chequeo, sino como un destino posible, no exento de dificultades, pero en el que se implica más que tareas de un proceso lineal, el desarrollo de acciones cognitivas y creativas que entran en operación en la tarea creativa. En otras palabras, el reto al plantear objetivos no es el de un procedimiento, sino el de la relación entre una apuesta ontológica del investigador-creador con un lugar epistemológico como comunicador – educador y como vidente, esto es, quien logra entre-ver pero también devenir para transformar su entorno y transformarse a sí mismo en la práctica creativa.

Para acercarse a estas dos cuestiones, es preciso entonces situarse, en primera instancia, en las implicaciones propias de realizar el ejercicio investigativo en el campo comunicación – educación. En este sentido, es necesario tener en cuenta que este campo académico y de conocimiento, “es fruto del análisis, la reflexión, el aprendizaje acumulado

en diversas experiencias ocurridas en la región alrededor de la relación comunicación – educación” (Aranguren, Riveros y Bustamante, 2020, p. 51), por lo cual se trata de un campo en permanente construcción, de origen y desarrollo latinoamericano y que se abre a una multiplicidad de objetos de análisis y reflexión que se ubican *entre* lo comunicativo y lo educativo, sin que comunicación sea de ningún modo equivalente a medios masivos o digitales ni educación fuese necesariamente algo propio de la escuela. Así, en el campo se ubican cuestiones analíticas que si bien son propias del marco general de las ciencias sociales y de condiciones propias de los estudios en comunicación o de las ciencias de la educación, el espectro de trabajo investigativo se moviliza a múltiples escenarios y posibilidades que abarcan lo comunitario, lo socio cultural, lo escolar, pero también espacios como las culturas urbanas, la reflexión sobre el poder, la ciencia y la tecnología y porque no, asuntos de comunicación de la salud, educación científica y en general todos los escenarios en los que lo comunicativo y lo educativo convergen en las prácticas de los sujetos en sus contextos situados y específicos.

Por consiguiente, el lugar desde el cual se hace investigación – creación en comunicación – educación, es aquel desde el que se contemplan las relaciones, conexiones e interacciones posibles entre la comunicación entendida en clave de mediación y de construcción de comunidad y la educación vista como proceso de construcción de modos de vivir en una relación entre conocimiento y existencia. Se trata de pasar del investigador que se hacía preguntas desde la contemplación (posición ontológica), a quien, ahora, desde la interacción entre comunicación y educación (actitud epistemológica) se plantea unos objetivos de su trabajo: un por qué y un para qué, es decir, un conjunto de propósitos que superan lo instrumental y que llevan a que el producto creativo responda más que a un procedimiento técnico de realización a una



posibilidad de construcción de conocimiento y de transformación de las realidades con las que se ha entrado en diálogo a nivel investigativo. Así, mientras el investigador procedería en la construcción de un diseño metodológico que emerge del planteamiento de sus objetivos en clave cognitiva, el investigador – creador procedería a la configuración de un diseño de producto en el que los objetivos se establecen a partir de una apuesta epistemológica en la que se conecta lo reflexivo, lo teórico y lo práctico, pasando ahora de una posición desde un campo de conocimiento (comunicación – educación) a un propósito igualmente creativo: el de vidente que deviene.

En un segundo momento de la construcción de los objetivos, en consecuencia, el investigador – creador se sitúa en una actitud que dota al producto creativo de condiciones que le llevan a ir más allá de lo procedimental o lo instrumental y, con ello, a proponer producciones que contengan una posibilidad de proyección más allá de lo inmediato. Se trata de consolidar una visión del creador como aquel que se sitúa en el plano de lo posible, de modo que se sitúa en un cierto límite de cercanía con el artista, toda vez que, como aquel, visualiza, fabula y en ese proceso accede a entender que como se hace desde el arte que “la fabulación creadora nada tiene que ver con un recuerdo incluso amplificado ni con una obsesión. De hecho, el artista... es un vidente, alguien que deviene...” (Deleuze y Guattari, 2015, p. 172). Y ese devenir no es otra cosa que plantearse una transformación de sí, pero también de la realidad que le circunda, una re-configuración, una re-existencia, una re-creación. Por ello, el planteamiento de los objetivos, si bien debe hacer visible la naturaleza del producto creativo que se propone, ha de superar un carácter descriptivo en términos de procedimientos para elaborar la producción para pasar a acompañar el proceso creador con propósitos en los que se mantenga una intencionalidad de producción de

conocimiento, así como de transformación de los entornos, respuesta a las problematizaciones y posibilidades de proyección del elemento creativo.

Para seguir con el ejemplo abordado en el apartado anterior, es aquí donde se plantean tanto el objetivo general como los específicos, que, para el caso tratado podrían ser, a nivel general: Promover procesos de apropiación del territorio e interacción con los saberes ancestrales en clave medioambiental a partir de la elaboración de una miniserie audiovisual basada en un personaje inspirado en los códigos del comic; y, en el caso de los específicos: Identificar los elementos que caracterizan los saberes ancestrales y su relación con el cuidado del medioambiente en el territorio; Caracterizar los contenidos, mensajes y condiciones que permiten establecer un proceso de apropiación del territorio en clave de protección del medioambiente; Diseñar los elementos narrativos, visuales y de construcción de personajes propios de la configuración de una miniserie audiovisual. Sin embargo, para poder hacer factible que estos objetivos no se limiten a un plano exclusivamente de tipo instrumental o se entiendan únicamente ligados al procedimiento técnico de realización, en este caso, de un material audiovisual, es necesario que se consolide una especie de filosofía del producto en la que, del mismo modo que se procede en la elaboración de un marco teórico y una revisión de literatura, se llevaría a cabo un ejercicio de reflexión conceptual que permita identificar relaciones entre conceptos y elementos propios de la creación que se propone.

La filosofía del producto: cruces entre conceptos, antecedentes y creaciones

En la construcción del producto creativo generalmente aparece una cierta inclinación a trabajar principalmente en el aspecto más técnico de la realización lo cual si bien es importante, en concordancia con la apuesta ontológica



y epistemológica anteriormente presentada, se hace necesario también establecer un diálogo con aspectos teóricos, conceptuales y contemplar al mismo tiempo otros recorridos y procesos abordados por otras apuestas realizadas tanto en el plano creativo como en las exploraciones propiamente del ámbito de la investigación aplicada. Así, aunque se reconoce que, para los propósitos de un proceso de investigación – creación en comunicación – educación, “lo virtual y lo posible están unidos como innovación irreductible” (Hardt y Negri, 2017, p. 390), también es necesario tener en consideración que esa innovación es también resultado de una mirada crítica a lo existente y también de la posibilidad de crear aspectos teóricos y relaciones conceptuales que soportan cada uno de los elementos que se articulan en una creación, de manera que el investigador pasa del visionario al *poeta doctus*, esto es, el creador que conoce, comprende y propone redes conceptuales que subyacen a su propuesta, sin dejar de lado las voces que han abordado problemáticas semejantes y las creaciones que también se han situado en lugares semejantes al que busca explorar.

En esta medida, en primera instancia, el proceso implica un diálogo con antecedentes y una revisión de productos y creaciones previas en el marco temático y de problematización con el que se plantea el proceso de investigación. En este momento, la idea es poder realizar un diálogo directo con autores, investigadores y creadores que han recorrido un camino semejante, ya sea por la temática elegida en relación con la problematización o por la naturaleza del producto que se pretende elaborar. Esto implica conocer los aspectos que constituyeron la propuesta investigativa o creativa, los aportes y hallazgos encontrados y, sobre todo, los modos en los que la senda trazada por el investigador – creador permiten pensar en otras formas de abordaje del problema o de orientación creativa. Este es un ejercicio que implica una lectura

sistemática en clave de consulta de repositorios y acercamiento a producciones en las cuales se manejen recursos o herramientas semejantes frente a las que más que establecer un juicio, se trata de entablar un diálogo crítico que permita determinar las tendencias investigativas y creativas en relación con el tema trabajado, las técnicas exploradas y los hallazgos que se han generado en el marco de la temática en la que se ubica el proceso investigativo – creativo.

En un segundo momento, la búsqueda teórica tiene como propósito poder formular una filosofía del producto, establecida a partir de la configuración de redes conceptuales que no solo entretajan las nociones que se trabajan, sino que también puedan permitir establecer conexiones con los elementos constitutivos del producto creativo. Para ello, es central tener en consideración que no se trata de configurar una exposición erudita de autores en torno a una temática, sino de proponer una red de conceptos que también es una propuesta del investigador – creador en la medida en que apunta a generar relaciones entre nociones en torno al tema y que son susceptibles de verse materializadas en la construcción del producto. Por ello es por lo que se alude a la noción de ser una especie de filosofía, esto es, el conjunto de ideas fuerza sobre las que se sostiene la creación y que emergen de un diálogo crítico con autores clave, así como con esas conceptualizaciones que le dan sentido y significación a los elementos que constituyen el producto. En este último aspecto, es fundamental entonces, a partir del conocimiento de los elementos que componen la creación, el tener la condiciones para poder concebir la interconexión entre una noción específica y su materialización en la producción realizada, de manera que, verbigracia, si se toma un concepto como el de saberes ancestrales (tal como se ha contemplado en la ejemplificación tratada en apartados anteriores), se pueda expresar como se va a manifestar en la composición de un plano, la estructura de un



texto escrito o cualquier componente propio de la propuesta creativa.

Ahora bien, este posicionamiento teórico, en el que se configura una filosofía del producto, no es una abstracción, sino que se incorpora en la tarea del investigador – creador, por lo cual es tanto aquello que le da sentido a los elementos de la producción como lo que encabeza el accionar del creador en el propio ejercicio creativo, que es a la vez una tarea de transformación de los contextos y del propio sujeto investigador, puesto que, más que construir una apuesta conceptual, se trata de ser consecuentes con el ejercicio investigativo como una acción que se incorpora y trasciende incluso a la corporalidad social, puesto que “lo que somos surge directamente de lo que nuestro cuerpo puede hacer... las capacidades de nuestro cuerpo para dar forma a las cosas físicas son las mismas en que se inspiran nuestras relaciones sociales.” (Sennett, 2009, p. 188). Por ello, la construcción de esa base de ideas permite consolidar la relación entre lo ontológico, lo epistemológico y lo propiamente filosófico, de manera que sea factible que el investigador – creador construya un posicionamiento propio, que se conecta con su naturaleza como sujeto y que se incorpora como parte de esa fuerza que permite llevar a transformaciones en los contextos a los que se orienta la investigación – creación y en quien está investigando. Esto pues en la relación con la teoría no se trata de citar y explicar a los autores, sino de problematizarlos para poder plantear una visión propia, que dialoga con los referentes pero que, al incorporarse, permite consolidar bases para investigar – crear y sobre todo transformar en clave de experiencia que compromete vida, cuerpo y subjetividad. Ahora bien, luego del diálogo conceptual llega entonces el siguiente paso: crear.

La cuestión del diseño: crear, pensar, re-inventar

En el proceso de investigación – creación,

pareciese en principio que el eje central de las acciones en la construcción de un producto. Sin embargo, como se ha visto hasta el momento, esto no es el destino, sino parte del viaje y de la experiencia del sujeto investigador – creador que parte de una cierta actitud cuestionadora y de apertura pasando por la incorporación de relaciones entre lo ontológico y lo epistemológico que resultan, como se verá a continuación, convirtiéndose en una apuesta política y en el norte de la propuesta creativa como fruto de una apuesta que se ocupa de dar cuenta de un ejercicio en el que es central la invención en clave más que de innovación de reflejar un pensamiento distinto, consecuente con el tremendo desafío que implica que, en los contextos actuales, “la comunicación... en la “era de la información” nombra ante todo la experimentación, es decir la experiencia de apropiación e invención” (Martin Barbero, 2005, p. 34) y, en el caso educativo, el principal reto está en que la educación también sea susceptible de reinventarse y re-imaginarse a partir de nuevos modos de conectar el proceso educativo con la cotidianidad y la existencia de los sujetos en el día a día.

Para poder situarse en esta idea de las implicaciones de la elaboración del producto creativo, es necesario no perder de vista el papel fundamental del lenguaje en el proceso de creación. Esto toda vez que, si se concibe la cuestión teórica como un asunto que se incorpora, entonces es posible también hacer del accionar creativo una cuestión de lo posible que atraviesa al sujeto investigador – creador y ello se logra justamente porque “es también en el lenguaje donde hacemos posibles otras formas, críticas, resistentes, transformadoras, relativamente autónomas, de leer y escribir la experiencia, la vida y el mundo; donde posibilitamos que el “yo” leído y escrito, pueda leer y escribir” (Huergo, 2013 ,p.25). Así, en términos que podrían asimilarse con lo metodológico, en el planteamiento del diseño del producto se parte



de un trabajo de invención y transformación que pasa por el manejo de herramientas, materiales y elementos de carácter un poco más técnico, pero que no pierden de vista ese proceso de interacción entre sujetos que se conectan por medio de la producción realizada. No se trata entonces de crear un producto que cumpla con los parámetros que le permitan ser un audiovisual, una herramienta digital, un recurso pedagógico, una obra artística, literaria o un producto tecnológico, sino que, en esa relación orgánica entre conceptos y elementos pueda responder a la problematización, los objetivos y ser una producción que cobra sentido por la potencia del lenguaje que le sostiene ya sea de la programación, las formas, las acciones o las interacciones que se desarrollan en su configuración no como resultado, sino como proceso.

El diseño de producto implica entonces, por un lado, su concepción en relación con los elementos teóricos, la problematización y los elementos que son propios de la elaboración creativa que se ha pensado como fruto del proceso investigativo – creativo; y, por otro, el contar con las condiciones para materializarse plenamente, esto es, poder ser expuesto, utilizado o generar interacciones con los sujetos para los cuales se ha pensado la obra, herramienta o producción. Se trata entonces de un ejercicio que implica al mismo tiempo la reflexión sobre el modo en el que cada aspecto del producto se conecta con lo conceptual, la relación entre lo ontológico y lo epistemológico, el tema, problema y objetivos del proceso, y la capacidad para pasar de los bocetos iniciales a esa materialidad susceptible de interacción con otros, en el tránsito de ese yo que empieza a interactuar con otros para construir un nosotros a partir de lo creado. Por ello, en el diseño del producto se genera la apertura a la relación con esos conceptos que le sostienen y a la vez con las condiciones materiales, digitales o de recursos que permiten la construcción de aquello que se

propone. Esto implica la descripción de las fases de trabajo y de los componentes constitutivos de la producción planteada.

Una vez se tiene el producto podría pensarse que se llega al objetivo final de la investigación – creación. No obstante, como ya se ha señalado, la finalidad no radica en la construcción de un elemento, por más robusto que sea a nivel de recursos, sino en la consolidación de un nosotros, una acción comunicativa – educativa en la que la producción propicia la conversación, la reflexión y la apropiación de saberes. De esta manera, ya sea un podcast, una novela gráfica, un software educativo, una APP didáctica, un data set para I.A., una instalación artística, un poemario, una serie audiovisual o una herramienta transmedia, es necesario ir más allá del producto terminado, a esa conversación con sus usuarios, con esas comunidades en cuyo seno nacieron las ideas que configuraron la problematización desde la que se dio inicio al camino creativo. Se trata de entrar en la conversación, en esa comunicación que se realiza cuando pone a los sujetos a hablar y en esa educación que cobra sentido cuando se trabaja colaborativamente, en grupos que dialogan, cuestionan y proponen. En esta medida, si bien el diseño termina con un producto terminado, la tarea del investigador – creador continúa precisamente en poner a disposición de los sujetos aquella experiencia en la que se convirtió materializar su producción creativa.

Nosotros: hacia una apropiación social del producto

A lo largo de este recorrido por los aspectos que configuran una apuesta de investigación – creación en comunicación – educación ha sido claro que se trata, ante todo, de una experiencia transformadora de las realidades de los sujetos, no solo de quien investiga, sino ante todo de las comunidades con las que se interactúa. Por ello, más allá de contar con un producto concluido, el propósito es el de, justamente,



“construir colectivamente horizontes sociales capaces de duración, vale decir, de esperanza y sostenibilidad” (Braidotti, 2018, p. 144), lo cual más allá de establecer una relación de pregunta y respuesta entre la problematización y el producto, lo que implica es la consolidación de una reflexión acerca de lo que la producción comunicativa hace en contexto, sus grados de apropiación e incluso las posibilidades de proyección como efecto de la reflexión acerca de los elementos propios de la creación realizada. Una cuestión en la que la voz del investigador – creador nuevamente debe silenciarse para abrirse ahora a la escucha, ya no de las problemáticas, sino de las apropiaciones y de las formas en las que se configura ese nuevo nosotros que yacía en las intencionalidades iniciales de construcción del producto.

En este proceso, es preciso diseñar un conjunto de herramientas que permitan conversar con los sujetos a quienes está dirigida la producción creativa, de manera que puedan recogerse sus impresiones, ideas y grados de apropiación de los objetivos desde los que se planteó el producto, de manera que se pueda consolidar una retroalimentación en la que más allá de subrayar el éxito posible de la creación, el objetivo central sea la reflexión acerca de los modos en los que se puede apropiarse lo creado, tanto por las poblaciones a las que se encuentra dirigido como en otros escenarios comunicativos y educativos. La cuestión es entonces poder integrar en el ejercicio investigativo – creativo la voz de los otros, ese nosotros que completa la intención política del trabajo del investigador – creador y que, siendo el punto de partida de las problematizaciones es también ese punto de llegada de las creaciones, sin que sea en ninguna circunstancia un punto de cierre, sino mejor, ese límite que desencadena un comienzo nuevo, la posible proyección para la construcción de otras creaciones.

Ahora bien, en el proceso de reflexión sobre la apropiación social del producto, se busca que la recolección de voces, datos e impresiones en la interacción con la creación esté dada más por un carácter dinámico e interactivo que por criterios mensurables o cuantificables. Esto pues al ser un ejercicio comunicativo, se busca ante todo poder conocer los modos en los que se co-construye un sentido al producto presentado y las posibles implicaciones y apropiaciones que las comunidades pueden realizar de la producción elaborada. Por ello, no hay una intencionalidad de medición de criterios de efectividad, sino mejor, un ejercicio de conversación en clave reflexiva frente a la cual, el investigador – creador se convierte en un escucha que organiza la retroalimentación que le brindan los sujetos para así poder dar cuenta de las comprensiones, usos y sugerencias que emergen de la interacción con el producto, así como las posibles propuestas que pueden aparecer en términos de continuidad, proyección y construcción de nuevas realizaciones tanto en el campo comunicación – educación como en la temática propia del proceso creativo. Se trata de un nosotros que construye una reflexión sobre un producto que no termina, sino que puede seguirse re-creando y en el que la cuestión es precisamente la de anteponer una actitud de re-inención permante, pues la tarea del investigador – creador no es la de pensar en destinos y productos terminados, sino de permanecer en reflexión permanente, donde la investigación creación, como apuesta política, así como se podría pensar de comunicación y de educación, no se trata de fines. “¿De qué se trata entonces? De reinventarla como algo todavía impensable. Nada simple, sin duda, pero ése es el tipo de combate por el cual valdría la pena jugarse”. (Sibilia, 2012, p. 213).

Conclusión: la potencia de la creación

Durante las reflexiones que componen este artículo se ha señalado en repetidas ocasiones la



relación existente entre la investigación – creación en comunicación – educación y lo político. Sin embargo, a modo de conclusión es necesario subrayar la contundencia e importancia de ella no solo en una concepción en la que investigar es efectivamente participar de lo político, sino en el entendimiento de que la creación también es, hoy en día una manifestación política, puesto que, precisamente consolida campos de posibilidad y de resistencia. Se trata, en el marco de la bien conocida relación entre verdad – poder largamente estudiada por Foucault (2004), de plantear las interrogaciones lo epistemológico y a lo político no solo desde la actitud crítica del investigador que propone una apuesta metodológica, sino también desde el creador que hace política en la re-invenición, tanto desde la creación como desde una re-existencia en la que no solo propone un producto creativo, sino que hace un trabajo de sí y un trabajo con las comunidades en la configuración del nosotros y el trabajo en el reconocimiento y la re-creación, de manera que, efectivamente, en el espíritu de esta propuesta de investigación – creación, se entienda que precisamente, “la política es, en este sentido, una tarea de ontología – ficción: el arte de inventar la existencia de lo in-existente” (Preciado, 2022, p. 214).

Ahora bien, ese compromiso político se ve afirmado en la naturaleza dialógica y problematizadora de la investigación – creación que se construye no desde un yo-creador, sino desde un nosotros que conversa, que teje comunidad a partir de la comunicación y educación a partir de la relación entre el saber y la vida. Un proceso en el que, si bien existe una relación entre problemas, objetivos, conceptos y el producto y su apropiación, lo fundamental es esa construcción conjunta de saberes y conocimientos que emergen de la interacción con la producción creativa, de manera que, en el encuadre entre lo ontológico y lo epistemológico es central no perder de vista lo político en ese desafío que implica lo

posible, lo distinto y lo nuevo como respuesta ante los retos situados de las comunidades y del presente. El investigador – creador pasa así en su experiencia investigativa de actitudes de escucha, vidente y crítico a la del fabulador que ficciona en comunidad, teniendo como norte el imperativo de que, como lo planteasen Deleuze y Guattari (2015) pensar es crear y crear es resistir. Puesto que, ante tiempos de cambios y tensiones como los actuales, la tarea es la de inventar lo posible, aquellos marcos nuevos que desde la creación permitan también re-pensarnos, re-crearnos y, si llega a hacer falta, también re-cuperarnos en lo humano, en esa esperanza que permita tejer un porvenir en el que no seamos un yo encarcelado en la espiral del hiperindividualismo (Lipovetsky, 2009) sino un nosotros consolidado por la potencia creativa de la comunicación, la educación y la afirmación de la vida como acto creativo siempre en potencia, por inventar y re-inventarse con la capacidad reveladora, reflexiva y rebelde de la imaginación.

Referencias Bibliográficas

- Alba, G. y Buenaventura, J. (2020) Cruce de caminos. Un estado del arte de la investigación - creación. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos 79*. 21-49
- Aranguren, F. Bustamante, B. y Riveros, H. (2019) *Comunicación – Educación Siglo XXI: innovar desde el cambio*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Aranguren, F., Riveros, H. y Bustamante, B.(2020) El campo Comunicación-Educación, una mirada crítica En: Amador, J.C., Rojas, S. y Solano, R. Eds. (2020) *Comunicación – Educación en contextos de globalización, neoliberalismo y resistencia*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas



- Bachelard, G. (1993) *La formación del espíritu científico*. Siglo XXI.
- Braidotti, R. (2018) *Por una política afirmativa. Itinerarios éticos*. Gedisa
- Calvino, I. (2010) *Seis propuestas para el próximo milenio*. Siruela.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (2015) *¿Qué es la filosofía?*. Anagrama
- Delgado, T. C., Beltrán, E. M., Ballesteros, M., & Salcedo, J. P. (2015). La investigación-creación como escenario de convergencia entre modos de generación de conocimiento. *Iconofacto*, 11(17), 10-28.
- Estévez, H. A. B., Cabanzo, F., Delgado, T. C., Salgar, Ó. H., Soto, A. S. N., & Salamanca, J. (2018). Apuntes sobre el debate académico en Colombia en el proceso de reconocimiento gubernamental de la creación como práctica de generación de nuevo conocimiento, desarrollo tecnológico e innovación. *Cadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 13(1), 281-294.
- Ferry, L. (2017) *La revolución transhumanista*. Alianza
- Freire, P. (2014) *Por una pedagogía de la pregunta. crítica a una educación basada en respuesta a preguntas inexistentes*. Siglo XXI.
- Han, B.-C. (2022) *Infocracia*. Taurus.
- Hard, M. y Negri, A. (2017) *Imperio*. Paidós.
- Huergo, J. (2013) Mapas y viajes por el campo de Comunicación / Educación. *Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura*. No 75. <http://www.acuedi.org/ddata/9359.pdf>
- Lipovetsky, G. (2009) *La era del vacío*. Anagrama
- Martin Barbero, J. (2005) *Deconstrucción de la crítica. Nuevos itinerarios de la investigación*. En: Vasallo, I., Fuentes Navarro, R. (coord.) (2005) *Comunicación: Campo y Objeto de Estudio. Perspectivas Reflexivas Latinoamericanas*. ITESO.
- Minciencias (2021) investigación + creación: definiciones y reflexiones. https://minciencias.gov.co/sites/default/files/ckeditor_files/M601PR04G02%20Investigacion%20%2B%20Creacion%20-%20Definiciones%20y%20reflexiones.pdf
- Morin, E. (1999) *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. Magisterio
- Preciado, P. (2022) *Dysphoria mundi*. Anagrama
- Sennett, R. (2009) *El artesano*. Anagrama
- Sibilia, P. (2012) *¿Redes o paredes? La escuela en tiempos de dispersión*. Tinta fresca
- Sullivan, G. (2006). Research Acts in Art Practice. *Studies in Art Education* 48.1: 19-35.