

**Estrategias de divulgación para el proyecto:  
“Diálogos del territorio entre Boyacá y Santander”**

**Jorge Alejandro Suárez Medina**

**Universidad de Boyacá  
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo  
Diseño Gráfico  
Tunja  
2024**

**Estrategias de divulgación para el proyecto:  
“Diálogos del territorio entre Boyacá y Santander”**

**Jorge Alejandro Suárez Medina**

**Trabajo de grado de semillero de investigación, semillero GAMA, para optar al título de:  
Diseñador Gráfico**

**Director:**

**Carlos Mario Rodríguez Rodríguez**

**Diseñador Gráfico**

**Mg. En Entornos Virtuales de Aprendizaje**

**Universidad de Boyacá**

**Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo**

**Diseño Gráfico**

**Tunja**

**2024**

**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Tunja, 07 de junio de 2024

“Únicamente el graduando es responsable de las ideas expuestas en el presente trabajo”.  
(Lineamientos constitucionales, legales e institucionales que rigen la propiedad intelectual).

## Contenido

	Pág.
Introducción .....	12
Caso particular .....	13
Interés personal .....	13
Aproximación general.....	15
Marco de referencia .....	15
Apropiación social del conocimiento.....	15
Apropiación social del conocimiento en Colombia .....	16
Relatoría.....	17
Divulgación del conocimiento científico .....	17
Medios / Canales de divulgación .....	18
Herramientas de comunicación en el Diseño Gráfico.....	19
Visualización de datos .....	19
La infografía.....	20
Estado del arte.....	20
Producción del documental de divulgación científica "Diseño, construcción e implementación de una prótesis biomecánica de mano derecha" .....	20
Visor VIKUS .....	21
El cesto de caperucita.....	21
Eureka!.....	22
Selelé.....	23
Pregunta de investigación .....	25
Sistematización del problema .....	25
Objetivos .....	25
Objetivo general.....	25
Objetivos específicos .....	25
Justificación .....	27
Diseño metodológico .....	29
Diseño de instrumentos.....	31
Mapa de experiencia .....	32
Entrevista .....	33
Aplicación de instrumentos.....	34

Mapa de experiencia .....	34
Entrevista .....	42
Diseño de la propuesta .....	65
Estrategia de divulgación: Campaña y evento para la presentación del libro .....	67
Implementación de la propuesta .....	70
Publicaciones en red social Instagram .....	70
Relatoría del conversatorio y presentación del libro.....	76
Medición de la propuesta .....	80
Medición del evento (conversatorio) para la presentación del libro .....	80
Pretest.....	80
Postest .....	83
Medición de la campaña en Instagram para la presentación del libro .....	86
Conclusiones.....	88
Recomendaciones .....	90
Referencias.....	91
Anexos .....	94

**Lista de Tablas**

	Pág.
Tabla 1. Fases metodología de investigación integrativa.....	29
Tabla 2. Fases metodología MACROS.....	30
Tabla 3. Formato de entrevista semiestructurada.....	34
Tabla 4. Matriz de análisis #1 (mapa de experiencia).....	36
Tabla 5. Unidad de análisis pregunta #1 .....	42
Tabla 6. Unidad de análisis pregunta #2 .....	49
Tabla 7. Unidad de análisis pregunta #3 .....	53
Tabla 8. Unidad de análisis pregunta #4.....	57
Tabla 9. Timing de actividades .....	68
Tabla 10. Aprendizaje tras la estrategia .....	83

## Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Noches de Humor y Ciencia.....	23
Figura 2. Cartografía sonora .....	24
Figura 3. Mapa de experiencia.....	33
Figura 4. Mapa de experiencia intervenido.....	35
Figura 5. Visualización infográfica de entrevistas.....	65
Figura 6. Gráfico estadístico mapa de experiencia .....	66
Figura 7. Tablero de diseño .....	69
Figura 8. Post #1 expectativa sobre el evento.....	70
Figura 9. Story #1 publicación interactiva .....	71
Figura 10. Post #2 ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde?.....	71
Figura 11. Story #2 cuenta regresiva .....	72
Figura 12. Story #3 vistazo libro.....	72
Figura 13. Story #4 link libro digital.....	73
Figura 14. Post #3 vistazo libro .....	73
Figura 15. Post #4 booktrailer.....	74
Figura 16. Stories #5, #6 y #7 días que faltan.....	74
Figura 17. Mailing invitación .....	75
Figura 18. Story #8 ¡es hoy! .....	75
Figura 19. Story #9 momentos antes y durante el evento .....	76
Figura 20. Ficha pretest.....	80
Figura 21. Resultados preguntas #1 y #2 .....	81
Figura 22. Resultados preguntas #3 .....	82
Figura 23. Resultados preguntas #4 .....	82
Figura 24. Ficha postest .....	83
Figura 25. Resultados Instagram.....	87



**Lista de Anexos**

	Pág.
Anexo A. Anteproyecto .....	95
Anexo B. Maleta viajera .....	118
Anexo C. Difusión del proceso .....	119
Anexo D. Club de lectura.....	120

## Resumen

### **Estrategias de divulgación para el proyecto: “Diálogos del territorio entre Boyacá y Santander”:**

El trabajo presenta la proyección, diseño, implementación y medición de estrategias de divulgación para *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander*, proyecto realizado por el grupo Xisqua de la Universidad de Boyacá en conjunto con otras instituciones educativas.

A lo largo de texto, se aprecia cómo partiendo de una revisión bibliográfica, búsqueda de referentes y comprendiendo el contexto del objeto de estudio, se lograron configurar una serie de acciones con la finalidad de alcanzar el siguiente objetivo: Implementar estrategias de divulgación que permitieran socializar con jóvenes universitarios de Tunja los resultados del proyecto *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander* a partir de las herramientas que brinda el Diseño Gráfico, para contribuir con la apropiación social del conocimiento resultante del proyecto.

La investigación emplea una metodología integrativa con enfoque cualitativo, integrativa porque permite al investigador realizar acciones, diseños, programas o estrategias con la finalidad de modificar una situación (divulgar los resultados del proyecto), y cualitativa porque implica el uso de métodos para explorar la percepción de un grupo sobre tal situación (evidenciar apropiación del conocimiento a partir de la divulgación hecha).

Finalmente, se destaca la relación entre investigación y diseño, pues este último emerge como herramienta aliada en la creación de estrategias de divulgación que permitan llevar a la sociedad el conocimiento resultante de cualquier proyecto.

**Palabras claves:** Divulgación científica, apropiación, diseño, estrategias de comunicación.

### **Abstract**

#### **Dissemination strategies for the project: “Dialogues of the territory between Boyacá and Santander”:**

The work presents the projection, design, implementation and measurement of dissemination strategies for Territorial Dialogues between Boyacá and Santander, a project carried out by the Xisqua group of the University of Boyacá in conjunction with other educational institutions.

Throughout the text, it is seen how, starting from a bibliographic review, search for references and understanding the context of the object of study, a series of actions were configured in order to achieve the following objective: Implement dissemination strategies that would allow socialization with young university students from Tunja the results of the Territory Dialogues project between Boyacá and Santander based on the tools provided by Graphic Design, to contribute to the social appropriation of the knowledge resulting from the project.

The research uses an integrative methodology with a qualitative approach, integrative because it allows the researcher to carry out actions, designs, programs or strategies with the purpose of modifying a situation (disseminating the results of the project), and qualitative because it involves the use of methods to explore the perception of a group about such a situation (evidencing appropriation of knowledge based on the disclosure made).

Finally, the relationship between research and design is highlighted, since the latter emerges as an allied tool in the creation of dissemination strategies that allow the knowledge resulting from any project to be brought to society.

**Keywords:** Scientific dissemination, appropriation, design, communication strategies.

## Introducción

Hablar de investigación implica abordar una concepción generalizada, en ocasiones negativa, de la práctica. Sánchez (2004) menciona cinco aspectos que fundamentan este desfavorable imaginario. El primero hace referencia a la idea de que la investigación es una actividad “exclusiva de una comunidad selecta de intelectuales dotados de una inteligencia extraordinaria” (p. 12); otro aspecto habla de la imagen del investigador como una persona vieja, de bata blanca y canosa; también se tiende a pensar que la investigación “sólo es una actividad propia de las ciencias naturales como la biología, la química y la física” (p. 13), lo cual alude a la idea de “obtener plantas mejoradas genéticamente, a descubrir nuevas vacunas o a formular nuevos principios y teorías” (p. 13); finalmente, se encuentra la creencia de que para realizar una investigación se debe “disponer de altas cantidades de dinero y de una gran infraestructura tecnológica” (p. 14). Todos estos imaginarios son erróneos pues, lo más relevante a la hora de emprender cualquier proyecto es la iniciativa, compromiso, dedicación y entusiasmo del investigador.

El fin principal de un proyecto de investigación es la generación de conocimiento, dicho conocimiento puede producirse en áreas sociales, culturales, artísticas, entre otras; es decir, no es algo exclusivo de las ciencias naturales o exactas. Cualquier idea puede ser interpretada y estructurada como proyecto, lo realmente importante es evaluar el impacto, pertinencia, coherencia y valor dentro de la sociedad.

Una de las últimas etapas en un proyecto es la socialización de los resultados, cuando se pone a disposición del público información que contribuye a su crecimiento personal y colectivo; con respecto a esto Ramírez et al. (2012) mencionan que “el conocimiento científico es un producto social, teniendo en cuenta que la ciencia de por sí es una actividad social, se hace evidente la importancia de las tareas de divulgación y difusión” (p. 27). Esta etapa puede ser desarrollada mediante “artículos, libros, cartillas, seminarios y congresos, talleres de capacitación, programas en medios masivos de comunicación, etc” (Sánchez, 2004, p. 30), todo depende del contexto y del público al cual se quiere abordar.

## Caso particular

*Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander desde la co-creación: Estéticas, Saberes y Patrimonio* fue un proyecto desarrollado por docentes pertenecientes a los grupos de investigación XISQUA (Universidad de Boyacá), GUANE (Universidad de Santander) y ARTE, TERRITORIO Y CULTURA (Universidad Juan de Castellanos) el cual buscó:

Lograr por medio de un acto creativo que dos grupos de artistas, diseñadores e investigadores de Boyacá y Santander, desarrollen estrategias y tácticas, desde la co-creación telemática, para crear una obra colectiva a distancia y a través de la comunicación virtual (Rodríguez, 2020, 0m55s)

Para producir la obra colectiva mencionada, el proyecto desarrolló una serie de “talleres de creación simultáneos en ambas regiones, cuyo tema de discusión giró en torno al territorio” (Rodríguez, 2020, 1m15s). De esta manera, por cada uno de los talleres (paisaje, conflicto, memoria, lo sensorial, imaginarios y lo popular), se construyeron diferentes artefactos – relato que reunieron las experiencias de los participantes. Dichos artefactos – relato quedaron registrados en el libro de creación *Artefactos en Diálogo*, la app móvil *Agenda D* y fueron presentados en la exposición itinerante *Crucemos Palabra* en los departamentos de Boyacá y Santander.

## Interés personal

Como participante de los talleres de creación de *Diálogos del Territorio* y beneficiario de los procesos de formación ofrecidos, surgió un interés por apoyar el proyecto desde la divulgación de sus resultados, utilizando para ello herramientas de comunicación que ofrece el diseño gráfico; esto con el fin de extender la narrativa, llegar a nuevos públicos y establecer etapas futuras que contribuyan con la sostenibilidad del proyecto en el tiempo. La hoja de ruta para lograr lo mencionado fue la siguiente:

En un primer momento, se establecieron y definieron conceptos clave como divulgación, apropiación social del conocimiento, comunicación mediática, visualización de datos, entre otros. De igual manera, se indagó acerca de proyectos que incluyeron en su etapa final estrategias novedosas de socialización, actividades lúdicas y participativas en las que, evidentemente, hubo un trabajo de diseño planificado. Con estos dos ítems (teoría y arte), se dio paso a la pregunta de

investigación, objetivos y justificación. Así concluye la aproximación general del proyecto.

Posteriormente, se encuentra el diseño metodológico, en este se describe el tipo, enfoque y fases de la investigación; metodología de diseño empleada e instrumentos para la recolección de información (mapa de experiencia y guion de entrevista). Una vez aplicados dichos instrumentos, se realizó su respectiva sistematización y análisis que sirvió como insumo para dar paso al producto de diseño final.

En los capítulos de diseño e implementación de la propuesta, se consigna el paso a paso en la elaboración de la estrategia. Comenzando con una síntesis gráfica de los insumos recolectados con los instrumentos de investigación (entrevista y mapa); la proyección de diferentes actividades mediante briefs; la realización de un calendario de acciones y la construcción de un moodboard (tablero de diseño). Seguidamente, se presentan las diferentes piezas gráficas realizadas con una breve descripción y el resumen del evento (conversatorio) a modo de relatoría.

Después de la implementación, encontramos el capítulo dedicado a la medición del impacto generado por la propuesta, en donde se exponen los recursos empleados (tests) acompañados de gráficos estadísticos y tablas con sus respectivos análisis, que dejan ver diferentes niveles de apropiación del conocimiento.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones, donde se expresa el aprendizaje adquirido tras realizar la investigación y algunos lineamientos para aquellos que, en un futuro, deseen emprender proyectos relacionados con la creación de estrategias de divulgación.

## **Aproximación general**

### **Marco de referencia**

En este apartado, se establecen los temas abordados en la investigación, haciendo un análisis y recopilación de los diferentes conceptos con el fin de comprender la teoría existente. Los temas identificados fueron: Apropiación social del conocimiento, divulgación del conocimiento, relatoría, medios / canales de divulgación (comunicación mediática) y herramientas de comunicación en el Diseño Gráfico.

### ***Apropiación social del conocimiento***

“El concepto de Apropiación Social es una construcción que data del siglo XX. Etimológicamente proviene del latín *appropriare*, que es la acción de convertir algo en propiedad, de hacer que algo se vuelva propio, suyo” (Jaillier et al., 2015, p. 42). Este término no solo aplica para cosas materiales (usar o poseer un objeto), sino que también se puede extrapolar al campo del conocimiento por medio de la interpretación de saberes. Al llevar a cabo un proceso de apropiación, las personas generan dentro de sí nuevos conceptos e ideas que pueden usar en ámbitos sociales, culturales, económicos, etc.

Con respecto al tema, Pabón (2017) publica en la revista científica Educación y Humanismo de la universidad Simón Bolívar, su artículo denominado Apropiación Social del Conocimiento: una aproximación teórica y perspectivas para Colombia, en el cual propone a los procesos de socialización de un proyecto como fundamentales a la hora de dar a conocer, a un público no especializado, los resultados de cualquier investigación.

“La apropiación significa estar mejor capacitado para utilizar los saberes en la práctica; no en la forma de la memorización, ni tampoco en el de la repetición mecánica, sino como una herramienta crítica para resolver problemas” (Pabón, 2017, p. 119). De igual manera, menciona que la apropiación social permite a las comunidades aprovechar la producción científica e investigativa, de tal manera que se genere un desarrollo individual o colectivo en la sociedad.

El documento Narrativas transmediáticas en la apropiación social del conocimiento, elaborado por Caballero (2020), menciona que “La apropiación social del conocimiento implica

que existan canales que fortalezcan la democratización al acceso y uso del conocimiento”, dichos canales pueden ser desarrollados en medios tradicionales (impresos, radio, televisión, talleres, conferencias), modernos (blogs, redes sociales, audiovisuales, internet) o híbridos; lo importante en este caso es generar vías de comunicación que lleven la información a la sociedad y se genere conocimiento útil para su progreso.

Pabón (2017) menciona que “es necesario aclarar que una actividad de difusión científica no implica necesariamente la apropiación, así como una actividad de comunicación científica no implica la apropiación social” (p. 125). Así pues, de manera general, entenderemos la apropiación social del conocimiento “como una práctica comunicativa mediada por la cultura, por las instituciones que la conforman, por los individuos y su interpretación personal de la sociedad en la que están inmersos” (Pabón, 2017, p. 123), en otras palabras, un proceso de comunicación en el que intervienen diferentes actores que contribuyen tanto a transmitir conocimiento, como a interpretarlo.

### ***Apropiación social del conocimiento en Colombia***

Para Colciencias (2010) “la apropiación social del conocimiento es entendida como un proceso de comprensión e intervención de las relaciones entre tecnociencia y sociedad, construido a partir de la participación activa de los diversos grupos sociales que generan conocimiento” (p. 22). En otras palabras, la apropiación se da cuando existe una conexión entre diferentes actores (académicos, investigativos, comunicativos, científicos etc.) en pro de la generación de conocimiento, sin esto, se cae en el error de simplemente informar, mas no de apropiar (Pabón, 2017).

Un claro ejemplo de apropiación social del conocimiento en Colombia es el programa ONDAS, desarrollado por Minciencias, que utiliza la investigación como estrategia para la generación y el fomento de una cultura ciudadana.

La importancia de la investigación en el mundo moderno, ha significado un desplazamiento de una actividad que siempre estuvo en el mundo adulto y hoy aparece constitutiva de la formación inicial en las culturas infantiles y juveniles, marcando sus desarrollos personales, su socialización y sus aprendizajes (Manjarrés, 2007, p. 1)

Es decir que el foco de esta iniciativa son los niños y jóvenes del país quienes, con ayuda



de asesores expertos en investigación, logran sugerir y diseñar proyectos con base a sus intereses o curiosidades personales.

La reflexión sobre el lugar de los niños y los jóvenes en el desarrollo científico y tecnológico de Colombia llevó a Colciencias a pensar la institución educativa como un espacio en donde, además de aprender conocimientos y saberes que otros ya han descubierto, fuera posible entrar en la lógica y los métodos de su producción (Manjarrés, 2007, p. 1)

De esta manera, las nuevas generaciones son capaces de introducirse en el mundo de la investigación, generación y apropiación del conocimiento.

### ***Relatoría***

En palabras de Salazar y Barreto, “la relatoría es un texto escrito cuyo principal objetivo es presentar un informe de lectura” (s.f. párr. 1), dicho informe, aunque carece de una estructura exclusiva, tiene la característica de estar escrito con palabras propias del relator, pues no se trata de ni de un resumen, ni de un texto armado a partir de citas externas.

El documento resultante “da cuenta la apropiación y el dominio de quien escribe la relatoría respecto al texto leído o temas discutidos en una sesión” (párr. 1), de esta manera, la relatoría se convierte en un instrumento para la síntesis personal de una temática específica, donde convergen cuestionamientos, perspectivas, conclusiones e interpretaciones por parte de quien relata.

### ***Divulgación del conocimiento científico***

Ramírez et al. (2012) mencionan que “Dado que el conocimiento científico es un producto social, teniendo en cuenta que la ciencia de por sí es una actividad social, se hace evidente la importancia de las tareas de divulgación y difusión del mismo” (p. 27). Pero debemos comprender la diferencia entre difundir y divulgar; mientras la primera hace referencia a la socialización del tema entre pares (personas especializadas), a la segunda se le atribuye “la tarea de presentación y distribución de la información a la sociedad en general, asegurando que la ciencia tenga una presencia en la cultura de las personas” (Ramírez et al., 2012. p. 28), es en esta última en la cual se enfoca la presente investigación; en ese sentido, entenderemos a la divulgación como aquella

“acción de compartir las investigaciones u objetos de estudio ante la sociedad” (Mayorga et al., 2021, p. 2), buscando con ello que el conocimiento no termine almacenado y sea utilizado provechosamente.

Como se ha venido mencionando, el objetivo de cualquier investigación debe ser la generación de nuevo conocimiento, el cual se produce mediante la divulgación de sus resultados. Algunos autores afirman que cualquier investigación que no genere impacto, es como si nunca se hubiera publicado o llevado a cabo. De esta manera se hace evidente la importancia de los procesos de socialización, en ellos radica gran parte del impacto, alcance y extensión de todo proyecto.

### ***Medios / Canales de divulgación***

En la actualidad, disponemos de diferentes medios y canales de comunicación que facilitan el proceso de divulgación científica; estos se pueden clasificar en dos grandes grupos: medios tradicionales y medios que involucran nuevas tecnologías.

Dentro de los primeros encontramos “libros, carteles, folletos, programas de radio, programas de televisión, obras de teatro, publicaciones periódicas” (Fundora y García, 2021, p. 93). Una característica de los medios tradicionales es su comunicación unidireccional, pues en estos el emisor difícilmente puede interactuar con el receptor.

Por otro lado, Ramírez et al. (2012) sostienen que las nuevas tecnologías “promueven otros canales, los cuales permiten que la información fluya eficientemente y que el receptor pueda comprender la ciencia con más apego mediante la computadora, Internet y sus herramientas electrónicas” (p. 29), este gran cambio provocado por el desarrollo tecnológico (evidenciado en la variedad de soportes, redes sociales, dispositivos, aplicaciones móviles, páginas web, etc.) ha permitido que la comunicación se vuelva bidireccional, generando una interacción casi inmediata entre emisor y receptor.

Cabe aclarar que, la implementación de los medios mencionados anteriormente depende en gran medida del contexto en el cual se deseen aplicar, así como también al público objetivo que se pretenda abordar.

### ***Herramientas de comunicación en el Diseño Gráfico***

La finalidad de todo producto de Diseño Gráfico es comunicar información, en otras palabras, informar. Para Costa (2014) “La información realiza su designio al ser comunicada. Es entonces cuando cobra su pleno sentido y su razón de ser: en los ojos de los individuos y de la sociedad” (p. 90), en ese sentido, el objetivo de cualquier mensaje es llegar a un público que lo pueda interpretar, entender y aprehender. Ahora bien, teniendo en cuenta que los productos de diseño “presentan contenidos con efectos estéticos bien elaborados que se pueden comprender rápidamente” (Valero, 2014, p. 1) podemos inferir que, la implementación de recursos brindados por esta profesión, puede facilitar procesos de información y comunicación.

### ***Visualización de datos***

El exceso de información, nos ha obligado como sociedad a llevar una gestión adecuada de los datos e información que generamos, “La visualización de datos precisa de un conjunto de acciones profesionales para componer figuras por medio de imágenes originales, abstractas o figurativas, a partir de unos datos y con ayudas tecnográficas” (Valero, 2014, p. 2), es decir, nos ayuda a sintetizar y organizar de manera comprensible, interesante y llamativa cualquier información que se pretenda comunicar a un público amplio.

Se pueden construir representaciones de sucesos y cosas de muchas maneras, pero la visualización de datos es una de las más interesantes, puesto que tiene aplicaciones crecientes en ciencias, educación, ingeniería, medicina, sociología, política o cualquiera de las formas de comunicación (Valero, 2014, p. 4).

De esta manera vemos como el Diseño Gráfico y la visualización de datos se conectan, pues gracias a los conocimientos adquiridos en la profesión, se pueden desarrollar estrategias que apunten a la visualización de prácticamente cualquier tema (diseño interdisciplinar) y, con ayuda de la diversidad de medios, ampliar el alcance del mensaje llegando a nuevos públicos.

En resumen, la visualización de datos consiste en convertir informes y textos complejos en un lenguaje gráfico que permita a la audiencia comprender de manera más rápida y sencilla el significado de la información presentada.

### ***La infografía***

Ante la inminente supremacía de la imagen, los medios gráficos generaron nuevas herramientas con el fin de atraer a un público con renovados hábitos lectores - caracterizado por una lectura veloz y fragmentada - a través de la implementación de infografías (Minervini, 2005, p. 2).

En otras palabras, la infografía surge a partir de la combinación de diferentes elementos visuales, cuyo propósito es facilitar la comprensión de “una información compleja mediante una presentación gráfica que puede sintetizar o esclarecer o hacer más atractiva su lectura” (Minervini, 2005, p. 2-3). Varias son las disciplinas que hacen uso de esta técnica para exponer temas particulares de manera clara y directa, pero es el Diseñador Gráfico el encargado de ordenar y estructurar todos los datos que conformarán la composición; composición que finalmente será interpretada por el lector.

Esta manera de presentar información y datos “permite optimizar y agilizar los procesos de comprensión” (Minervini, 2005, p. 3), resulta atractiva para el público general no especializado y, además, permite presentarse en diferentes formatos y medios de comunicación, lo cual favorece su difusión.

### **Estado del arte**

A continuación, se presenta un análisis de cómo diferentes proyectos han divulgado sus resultados ante públicos generales no especializados, esto con el fin de comprender el trabajo existente y utilizarlo como base para el presente proyecto.

### ***Producción del documental de divulgación científica "Diseño, construcción e implementación de una prótesis biomecánica de mano derecha"***

Por medio de un documental, este proyecto dio a conocer los resultados de una investigación acerca de la construcción de una prótesis biomecánica. Bajo el nombre de “Mi mano robótica” esta producción audiovisual se propuso como objetivo visibilizar el tipo de investigaciones realizadas en la Universidad Politécnica Salesiana y, además, concientizar a

“niños, jóvenes y padres de familia acerca del uso de fuegos pirotécnicos” (Reinoso, 2015, p. 1).

Dentro del trabajo se menciona el concepto de “documental divulgativo”, el cual tiene la función de informar a un público amplio (en ocasiones no especializado) sobre un tema en particular. El producto debe ser comprensible e impactante visualmente para que cumpla el objetivo de comunicar.

Vemos cómo esta estrategia de divulgación combina ciencia, tecnología y diseño para llegar a su público objetivo. Es una manera diferente de mostrar los resultados de una investigación que, al mismo tiempo, cumple una función de concientización.

### ***Visor VIKUS***

La falta de interfaces adecuadas para exponer colecciones culturales digitalizadas, llevó a un grupo de investigadores a “investigar el papel de la visualización de datos y las interfaces gráficas de usuario en la exploración y examen de colecciones culturales digitalizadas” (Müller, 2017, párr. 29). Fue así como, por medio del desarrollo de una interfaz interactiva, se organizó una colección de dibujos y obras en la cual se tuvieron en cuenta aspectos temporales, técnicas artísticas y eventos históricos, simulando de esta manera una estructura de línea de tiempo. El diseño intuitivo de la interfaz permite al usuario navegar cómodamente, interactuar con botones y hacer zoom para pasar de planos generales a planos detalle de cada obra.

Otra de las características de la interfaz es su sencillez, pues tan solo cuenta con una lista de palabras clave en la parte superior, que permite filtrar los temas de interés y, en la parte inferior, la colección dispuesta en columnas a lo largo de una línea de tiempo.

Se rescatan del proyecto características como: la didáctica, el minimalismo, la interactividad y la representación de información de manera organizada e innovadora.

### ***El cesto de caperucita***

El proyecto nace a partir de la preocupación de los padres por los malos hábitos de alimentación de sus hijos y las enfermedades asociadas a estos. Usando como recurso numerosos textos infantiles que aluden al tema de la alimentación (Hansel y Gretel, La casita de Chocolate, Estoy gordito ¿y qué?, El ladrón de comida, etc.), se generaron obras colectivas por parte de

estudiantes, las cuales fueron exhibidas en una exposición instalada en la biblioteca de su escuela.

Mediante un proceso de lectura, los estudiantes fueron desarrollando “algunas acciones plásticas, literarias o musicales, relacionadas con el tema” (Centelles, 2015, p. 4).

El objetivo de las acciones es invitar a leer a los alumnos con el convencimiento de que la lectura les permite el acceso al conocimiento y a la información, les hace críticos, colaboradores y sociables. La formación humanista es una de las prioridades del centro educativo (Centelles, 2015, p. 4).

Se rescata del proyecto la importancia dada a la lectura, también la participación por parte de los estudiantes como creadores colectivos de las obras exhibidas. Utilizar la biblioteca escolar como espacio de divulgación es pertinente y apropiado con el contexto y el público objetivo.

### ***Eureka!***

Este colectivo de docentes de diferentes disciplinas de la Universidad Autónoma de Chile, se encargan de hacer divulgación de manera lúdica y creativa, utilizando como recurso la realización de obras teatrales.

El eje central, lo que nos movía, era repensar la academia. De cierta forma las universidades se habían distanciado mucho de la ciudadanía, de la sociedad; entonces nosotros, a través de este proyecto, lo que buscamos es volver a rescatar a las personas con lo que significa aprender, con lo que significa conocer y, de alguna u otra manera, llevar a la gente a su infancia ¿por qué? porque Eureka! trabaja desde la emoción. Trabajamos desde el juego (CRAI - Universidad del Rosario, 2020, 4m01s).

Con el fin de romper la rigidez que muchas veces caracteriza a la academia, el equipo de Eureka sale de su zona de confort, implementando actividades dinámicas en sus exposiciones que involucran al público.

**Figura 1***Noches de Humor y Ciencia*

Fuente: Eureka, (s.f.). Conferencia “Pensar fuera de la caja” en el evento “Protagonistas 2030. Desafíos del futuro”. <https://eureka.uaautonoma.cl/presentaciones/protagonistas-2030/>

Se rescatan del proyecto las actividades dinámicas y participativas que involucran al público; la gráfica utilizada en sus presentaciones (figura 1); la lúdica como estrategia de divulgación y el objetivo vincular a la academia con la sociedad a través de puestas en escena llamativas.

***Selelé***

Este proyecto tiene como objetivo visibilizar las problemáticas económicas, sociales, políticas y culturales que atraviesa el país en la actualidad. Por medio del desarrollo de una interfaz, el equipo de trabajo de Selelé expone dichas problemáticas a través de producciones artísticas, musicales, literarias, puestas en escena, fotografía, entre otras.

Somos una plataforma de investigación, creación y divulgación de contenidos culturales a

través de una red de artistas, científicos sociales, comunidades étnicas, organizaciones de sobrevivientes del conflicto armado y todos aquellos actores conscientes de que el arte tiene potencialidades de transformación de las problemáticas sociales (Selelé, s.f.).

## Figura 2

### *Cartografía sonora*



Fuente: Selelé Plataforma Cultural, (s.f.). *Cartografía sonora*. <https://www.selelecultura.com/bogota/>

La creación colectiva también hace parte de las características del proyecto, pues los productos que se exhiben (cartografías sonoras, blogs, collages, fotografías, etc) son realizados por la misma comunidad excluida y marginada, esto con el fin de aportar a la reconstrucción del tejido social colombiano.

Se rescatan del proyecto el diseño de interfaz; la presentación de una cartografía interactiva sonora (figura 2), los talleres de creación que involucran a la comunidad y el manejo de redes sociales para la respectiva divulgación.

De acuerdo a la situación contextualizada previamente (contribuir a la divulgación de los resultados de un proyecto), la teoría y los referentes consultados se formula la siguiente pregunta:



## **Pregunta de investigación**

¿De qué manera implementar estrategias de divulgación que permitan socializar con jóvenes universitarios de Tunja los resultados del proyecto *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander*?

## ***Sistematización del problema***

¿Qué mecanismos de divulgación existen y cuáles son los más pertinentes para desarrollar en este proyecto?

¿Qué canales de comunicación y medios de difusión utilizan habitualmente los jóvenes universitarios de Tunja para informarse?

¿A qué edades específicas de la población joven de Tunja se va a abordar?

¿Sobre qué escenarios se llevarían a cabo las estrategias de divulgación?

¿Qué recursos materiales se requieren para llevar a cabo las estrategias diseñadas?

¿Qué herramientas nos brinda el Diseño Gráfico para realizar estrategias de divulgación?

¿Cuál es el impacto esperado de las estrategias diseñadas?

¿Cómo se medirá el alcance de dichas estrategias?

## **Objetivos**

### ***Objetivo general***

Implementar estrategias de divulgación que permitan socializar con jóvenes universitarios de Tunja los resultados del proyecto *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander* a partir de las herramientas que brinda el Diseño Gráfico, para contribuir con la apropiación social del conocimiento resultante del proyecto.

### ***Objetivos específicos***

1. Analizar diferentes métodos de socialización de información, para identificar la manera

más adecuada de exponer los resultados del proyecto de acuerdo con la labor profesional del Diseñador Gráfico.

2. Indagar sobre el estado del proyecto *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander*, para comprender la importancia de divulgar sus resultados.

3. Diseñar e implementar en diferentes espacios (físicos, virtuales o mixtos) la divulgación de los resultados del proyecto.

4. Establecer una herramienta para la medición del impacto de la divulgación hecha con los jóvenes.

### Justificación

Una de las características del proyecto *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander* ha sido la interacción con la comunidad; jóvenes estudiantes y profesionales de diversas áreas, fueron protagonistas en la creación de los artefactos-relato que conformaron la exposición final *Crucemos Palabra* llevada a cabo en ambos departamentos.

Teniendo en cuenta la fugacidad de la exposición y el valor e importancia de cada uno de los artefactos-relato, se considera importante implementar estrategias de divulgación que amplíen el alcance de los resultados del proyecto. Dentro de estos resultados se encuentran los mencionados artefactos-relato (obras realizadas a partir de las diferentes experiencias en los talleres de creación); el libro *Artefactos en Diálogo* que, de igual manera, reúne información correspondiente a cada artefacto-relato y la aplicación móvil *Agenda D* que amplía la información del proyecto *Diálogos del territorio entre Boyacá y Santander*, mostrando las fases, memorias y resultados de cada taller de creación.

Los proyectos existen para ser socializados; Ramírez et al. (2012) mencionan que: “la divulgación del conocimiento posibilita vincular a la sociedad con los objetivos de investigación [...] para que, una vez transformado, el conocimiento cumpla una función social dentro de un contexto distinto al de ciertas comunidades científicas” (p. 28). Por tal razón, se propone llevar los resultados del proyecto *Diálogos del Territorio* a diferentes espacios y escenarios; queriendo con esto que la comunidad se motive y emprenda iniciativas que involucren al territorio y a la sociedad; que conozcan el poder de los procesos creativos y las increíbles cosas que se pueden hacer a través del diálogo.

Espinoza (2010) señala que “el diseño de herramientas y estrategias de divulgación científica que apunten a la reapropiación social del conocimiento científico, es uno de los principales desafíos que permiten hacer posible el protagonismo ciudadano” (párr. 4), es precisamente ese protagonismo popular y esa apropiación social lo que se busca con este proyecto, es necesario que la gente conozca el tipo de investigaciones que se gestan en la Universidad de Boyacá en pro de su mismo contexto y territorio.

Ahora bien, Bolaños et al. señalan que, en los procesos de socialización de información, “entra a escena el diseñador gráfico, especialista disciplinario en el campo de la visualización, quién a través de la creación de materiales visuales, en este caso de divulgación, satisfacen las

necesidades requeridas por un público no especializado” (2018, p. 2), es decir, el Diseño Gráfico se presenta como una herramienta a la hora de comunicar y transmitir conocimiento.

El imaginario de muchas personas con respecto al Diseño se limita a pensar en la creación de publicidad, imagen corporativa (logos), marketing, propaganda estética con fines comerciales, etc. y, aunque no es del todo incorrecto, “se ignoran por completo aspectos del diseño extremadamente valiosos para la ciencia como la innovación, la experiencia centrada en el usuario, la estética profunda, la resolución de problemas y el conocimiento contextual”<sup>1</sup> (Müller, 2017, párr. 18). Es cierto que gran parte del trabajo del diseñador tiende a la creación de imágenes, pero más allá de esto “el diseño también puede desempeñar un papel importante en el trabajo científico. Los diseñadores están capacitados como solucionadores de problemas y co-creadores [...] Los diseñadores pueden generar contribuciones valiosas dentro de un proyecto de investigación.”<sup>2</sup> (Müller, 2017, párr. 45). Con estas premisas, se espera hacer uso de los diferentes conocimientos adquiridos a lo largo del pregrado en Diseño Gráfico, para la divulgación de los resultados del proyecto *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander*.

---

<sup>1</sup> Traducción del autor.

<sup>2</sup> Traducción del autor.

### Diseño metodológico

Teniendo en cuenta la naturaleza del presente proyecto, se propone llevar a cabo una investigación con enfoque cualitativo, de carácter integrativo (tabla 1); cualitativa porque implica el uso de métodos para explorar la percepción de un grupo de personas sobre una situación o tema determinado; e integrativa porque “implica la realización de acciones por parte del investigador [...] con el propósito de modificar una situación o un evento” (Hurtado, 2000), este tipo de investigación de acción participativa, además de generar una intervención social, pone en marcha cualquier diseño, programa o invención (Hurtado, 2000).

Dentro de las etapas del tipo de investigación mencionado se encuentran: La indagación, documentación, revisión teórica y contextualización del tema seleccionado; definición de variables y selección de muestra; organización y análisis de la información recolectada; elaboración de la propuesta (plan, estrategia, modelo, etc.); estudio de la factibilidad de la propuesta y, finalmente, la implementación.

**Tabla 1**

*Fases metodología de investigación integrativa*

<b>Fase</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
<b>Exploratoria</b>	Determinar el enunciado holopráxico  Exploración del contexto	---	---	---
<b>Descriptiva</b>	Desarrollo de la justificación y los objetivos	---	---	---
<b>Comparativa Analítica Explicativa</b>	Desarrollo del sintagma gnoseológico	Secundaria	Revisión documental	Redacción de texto
<b>Predictiva</b>	Revisar la factibilidad de la investigación	---	---	---

<b>Fase</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
<b>Proyectiva</b>	Diseñar instrumentos para la recolección de datos	Primaria	Observación Entrevista	Mapa de Experiencia Guion semiestructurado
<b>Interactiva</b>	Aplicar instrumentos para la recolección de datos & realizar el producto de diseño	Primaria	Observación Entrevista MACROS	Mapa de Experiencia Guion Semiestructurado Estrategia de divulgación
<b>Confirmatoria</b>	Análisis de los resultados obtenidos	Primaria	Encuesta	Test Matriz de análisis
<b>Evaluativa</b>	Evaluar el proceso llevado a cabo	Primaria	---	Matriz de análisis

Fuente: Elaboración propia, basado en: Hurtado de Barrera, J. (2000). Metodología de la Investigación Holística. (3ra ed.). Fundación Sypal <https://ayudacontextos.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>

En cuanto a la metodología de Diseño, se propone llevar a cabo el método creado por el Centro de Innovación de Colombia MACROS (tabla 2) (Marco, Ampliar el conocimiento, Comprender - concretar, Reinventar, Optimizar y Socializar), el cual permite la resolución de problemas de manera estratégica, creativa y novedosa.

**Tabla 2**

*Fases metodología MACROS*

<b>Fase</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Marco	Se define el tema de investigación y se determina el objeto de estudio.	Primaria y secundaria.	Revisión bibliográfica; Conversaciones con los líderes del proyecto.	Diseño de guion para entrevista semiestructurada.

<b>Fase</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Ampliar conocimiento	Revisión de referentes para la construcción del estado de arte (proyectos similares).	Secundaria.	Revisión de referentes sobre divulgación de proyectos.	Redacción del estado del arte.
Comprender / Concretar	Entender las condiciones que rodean al objeto de estudio (contexto).	Primaria y secundaria	Observación durante la exposición museográfica Crucemos palabra; Revisión bibliográfica.	Registro fotográfico; Mapa de experiencia.
Reinventar / Re imaginar	Sesión de ideación para proponer soluciones creativas que resuelvan el problema	Primaria	Brainstorming	Bitácora de ideas
Optimizar	Realización de prototipos y pruebas.	---	Diseño	Diseño
Socializar	Dar a conocer el proyecto ante un público.	---	Lanzamiento del libro de creación	Implementación de la estrategia de divulgación.
Evaluar	Diseño de instrumento que permita evaluar el impacto de la estrategia implementada.	Primaria	Encuesta	Test

Fuente: Elaboración propia, basado en las fases de la metodología MACROS.

### **Diseño de instrumentos**

A continuación, se presentan los diferentes instrumentos diseñados para la recolección de información primaria, dentro de estos se encuentran: guion de entrevista y matriz de análisis para

sus respuestas; adicionalmente, encontraremos una segunda matriz de análisis para el mapa de experiencia presente durante la exposición *Crucemos palabra*.

### ***Mapa de experiencia***

Este primer instrumento (figura 3) se elaboró con la intención de conocer percepciones generadas durante la exposición *Crucemos Palabra* por parte de sus asistentes; mediante un diseño interactivo (teniendo como referente la cartografía sonora elaborada por el grupo Selelé), se buscó reunir diferentes puntos de vista y experiencias que sirvieran en la configuración de una estrategia de divulgación acertada.

Las dimensiones del mapa (2,30m x 1,86m) permitieron que un gran número de asistentes (alrededor de 80 personas de diferentes edades y profesiones) interactuaran con este durante los 22 días que estuvo disponible junto con los artefactos – relato expuestos.



**Figura 3**

*Mapa de experiencia*



Fuente: Autor de la investigación.

**Entrevista**

Para conocer de primera mano la importancia de divulgar los resultados de *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander*, se plantea la realización de una entrevista semiestructurada (tabla 3) a exactamente 5 líderes del proyecto; esperando con ello tener un contexto más amplio acerca de sus aspiraciones y alcances, así como también obtener información relevante que permita configurar estrategias de comunicación pertinentes. La entrevista se plantea con 4 preguntas iniciales orientadas a identificar qué resultados ha dejado el proyecto; qué temas o aspectos se desean divulgar; en qué públicos o comunidades y bajo qué modalidades.

**Tabla 3***Formato de entrevista semiestructurada*

#	Pregunta	Información esperada
1	De los productos obtenidos hasta el día de hoy ¿Qué considera relevante divulgar con la comunidad? ¿por qué?	Conocer qué resultados o productos se quieren dar a conocer
2	¿Qué comunidad o grupo objetivo cree que debería conocer dichos productos?	A qué grupos se desea llevar la información
3	¿Qué tipo de contenido y por qué medios se puede atraer la atención de dicho público?	Ideas sobre posibles contenidos y medios de divulgación
4	Desde el punto de vista de un (profesión del entrevistado) ¿Cómo debería llevarse a cabo una estrategia de divulgación?	Cómo debería ser la divulgación desde el punto de vista del entrevistado

Fuente: Autor de la investigación.

**Aplicación de instrumentos**

Una vez aplicados los instrumentos previamente mencionados, se procede a la realización de una serie de matrices de análisis (tablas 4, 5, 6, 7 y 8) para cada una de las respuestas, esto con el fin de sistematizar, comprender y utilizar la información suministrada en beneficio de la presente investigación.

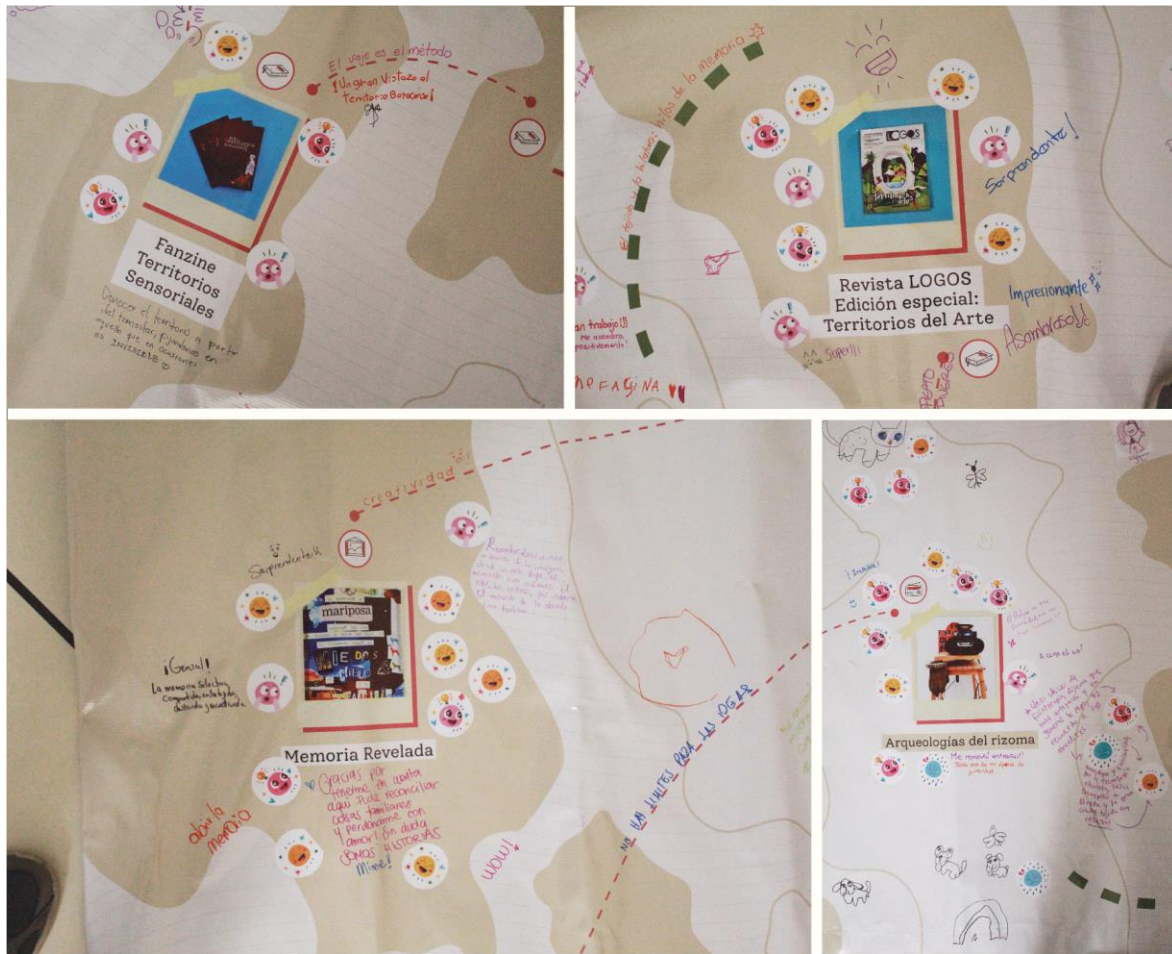
**Mapa de experiencia**

El diseño simple e intuitivo de este instrumento, así como los diferentes elementos dispuestos a su alrededor (marcadores, stickers, etc.) permitieron a los asistentes entender y participar en la dinámica respondiendo a la pregunta ¿Cómo fue tu experiencia en la exposición?

En general, observamos una respuesta positiva, pues el 94% de los stickers encontrados responden a emociones de inspiración, asombro, felicidad y nostalgia. De igual manera, encontramos comentarios emotivos como “Gracias por tenerme en cuenta aquí. Pude reconciliar cosas familiares y perdonarme con amor.” o “Me removió las entrañas!! Todo era de mi época de juventud...”, lo cual demuestra la conexión que se formó con los diferentes asistentes.

**Figura 4**

*Mapa de experiencia intervenido*



Fuente: Autor de la investigación.

En cuanto a niveles de interacción e impacto, tenemos:

*RESASEM: Amuletos para la catarsis*: 13 reacciones, 7 comentarios.

*Arqueologías del Rizoma*: 12 reacciones, 6 comentarios.

*Memoria revelada*: 10 reacciones, 7 comentarios.

*Paisaje Hilado: Sincronía de recortes. Puntos & puntadas*: 8 reacciones, 6 comentarios.

*Revista LOGOS Edición especial: Territorios del Arte*: 8 reacciones, 5 comentarios.

*When I see the horizon, I can hear you there*: 10 reacciones, 0 comentarios.

*¿A cómo, veci?*: 4 reacciones, 5 comentarios.




*Fanzine Territorios Sensoriales*: 5 reacciones, 3 comentarios.







*Por una ventana*: 5 reacciones, 2 comentarios.







*Invite & Convide:* Territorio, Cultura, Arte y Cercanía: 3 reacciones, 2 comentarios.







**Tabla 4**







*Matriz de análisis #1 (mapa de experiencia)*

<b>Artefacto - Relato</b>	<b>Percepción gráfica</b>	<b>Percepción escrita</b>	<b>Tipo de percepción</b>
<b>Memora Revelada</b>	 Felices: <b>6</b>	Recordar: volver a vivir a través de las imágenes, donde no solo llega el momento sino además el olor, los colores, los sabores. El recuerdo de la abuela... Las texturas.  Sorprendente!!	Positiva Emotiva
<b>RESASEM: Amuletos para la catarsis</b>	 Inspirados: <b>2</b>	¡Genial! La memoria selectiva compartida, entretejida, destruida y reconstruida.  Abrir la memoria.  Gracias por tenerme en cuenta aquí. Pude reconciliar cosas familiares y perdonarme con amor. Sin duda somos historias. Mime!   Asombrados: <b>2</b>  Creatividad.	Positiva Inspiradora
	 Felices: <b>4</b>	¡Llama mucho la atención! ♥  Creatividad.  Para sanar, amar, transmutar, volar, fluir, desfragmentar dolores y reconstruir saberes.	
	 Inspirados: <b>5</b>	Espacio para la conexión interior, para memorizar y amar la experiencia de estar vivos ♥  Me encanta.  Me fascina ♥  Fluir con el arte mientras sueltas sentimientos.	

Artefacto - Relato	Percepción gráfica	Percepción escrita	Tipo de percepción
			
	<p>Asombrados: 3</p>		
			
	<p>Confundidos: 1</p>		
<p>When I see the horizon, I can hear you there</p>		<p>(NO TIENE)</p>	<p>Positiva Confusa</p>
	<p>Felices: 2</p>		
			
	<p>Inspirados: 4</p>		
			
	<p>Asombrados: 1</p>		
			
	<p>Confundidos: 2</p>		

Artefacto - Relato	Percepción gráfica	Percepción escrita	Tipo de percepción
	 <p>Tristes: 1</p>		
<p><b>Paisaje Hilado: Sincronía de recortes. Puntos &amp; puntadas.</b></p>	 <p>Felices: 2</p>	<p>Me encanta. Mucha creatividad e imaginación!</p> <p>Me fascina</p> <p>Gran trabajo!!! Me asombra positivamente!</p>	<p>Positiva Fascinación Asombro</p>
	 <p>Inspirados: 2</p>	<p>Me fascina ♥♥</p> <p>Gran trabajo, que bello encontrar este tipo de expresiones en nuestro territorio. Benditas las manos que elaboraron este trabajo.</p>	
	 <p>Asombrados: 3</p>	<p>El tejido y la historia: hilos de la memoria ☀</p>	
	 <p>Confundidos: 1</p>		
<p><b>Arqueologías del Rizoma</b></p>	 <p>Felices: 3</p>	<p>¡Increíble!</p> <p>☺ ☺</p> <p>El diálogo es una diversidad, eso nos hace humanos -_-</p> <p>*Unxs chixs de fisioterapia dijeron que este artefacto y en general la expo, les</p>	<p>Positiva Emotiva</p>

Artefacto - Relato	Percepción gráfica	Percepción escrita	Tipo de percepción
<p><b>Revista LOGOS</b> <b>Edición especial:</b> <b>Territorios del Arte</b></p>	 Inspirados: 6	<p>recuerda a sus abuelitxs</p> <p>Me removió las entrañas!! Todo era de mi época de juventud...</p> <p>Nostalgia y fascinación por la tecnología obsoleta, las estampitas en la libreta y la gran colcha tejida con <u>retazos</u></p>	
	 Asombrados: 1		
	 Tristes: 2		
	 Felices: 3	<p>Sorprendente!</p> <p>Impresionante</p> <p>Asombroso!!</p> <p>Super!!</p>	<p>Positiva</p> <p>Asombrosa</p>
	 Inspirados: 2	<p>Más que territorios es como soñar despierto mirando siempre por la ventana de lo diverso</p>	
	 Asombrados: 3		

Artefacto - Relato	Percepción gráfica	Percepción escrita	Tipo de percepción
<b>Fanzine Territorios Sensoriales</b>	 Felices: <b>1</b>	Conocer el territorio a partir del transitar, fijándonos en aquello que, en ocasiones, es INVISIBLE ♥  El viaje es el método  ¡Un gran vistazo al territorio Boyacense!	Positiva Reflexiva
	 Inspirados: <b>2</b>		
	 Asombrados: <b>2</b>		
<b>¿A cómo, veci?</b>	 Felices: <b>1</b>	El carrito de Karol G, hace reír a todxs  Muy apropiada 😊  Realidades convertidas en arte  Innovador ✓✓	Positiva Divertida
	 Inspirados: <b>1</b>	Divertido!  Fabuloso ♥	
	 Asombrados: <b>2</b>		



Artefacto - Relato	Percepción gráfica	Percepción escrita	Tipo de percepción
<b>Invite &amp; Convide:</b> <b>Territorio, Cultura,</b> <b>Arte y Cercanía</b>	 Felices: 1	Diverso y con el toque personal del creador  Ancestral	Positiva*  *poca interacción
	 Inspirados: 1		
	 Asombrados: 1		
<b>Por una ventana</b>	 Felices: 1	¡Innovador!  La tecnología al servicio de ¡LA CREATIVIDAD!  Abre la ventana a nuevas formas de interacción	Positiva Innovadora
	 Inspirados: 3		
	 Asombrados: 1		

Artefacto - Relato	Percepción gráfica	Percepción escrita	Tipo de percepción
OTROS COMENTARIOS		El diálogo como conector territorial No hay límite para las ideas.  El mejor espacio para compartir y expresar conceptos...  Generó contrastes entre las diversas realidades 😊	Positiva

Fuente: Elaboración propia, basado en las respuestas recolectadas por el mapa de experiencia.

Con este análisis se puede concluir que todos los artefactos - relato tuvieron buena acogida en el público, generando diferentes sentimientos y niveles de interacción. A su vez, el diseño y aplicación de este instrumento permitió tener un primer acercamiento a la apropiación del conocimiento generada en los asistentes a la exposición, información útil para entender dinámicas y preferencias que ayuden a configurar estrategias de divulgación a futuro.

### Entrevista

Por medio de reuniones virtuales a través de Google meet, el modelo de entrevista fue aplicado a 5 líderes del proyecto *Diálogos del territorio*, una vez finalizada su aplicación, se decidió sistematizar la información en unidades de análisis que facilitan la síntesis e interpretación de las respuestas recolectadas.

**Tabla 5**

*Unidad de análisis pregunta #1*

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
Nancy Consuelo Quiroga	Bueno, digamos que los productos han sido clave fundamental en los procesos de avance del proyecto; entonces, si tú me pones a decidir cuál sería el punto más importante para optar por la divulgación, yo en este momento consideraría que el libro. ¿Por qué el libro? porque el libro de alguna u otra forma reúne	SI	- Libro - Texto reflexivo - Reflexión - Análisis	El libro se presenta como una pieza fundamental, ya que reúne varios elementos que ayudan a comprender el antes, el durante y el después del

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>varios elementos:</p> <p>UNO, es el resultado de los talleres de creación visualizados a través de un arte o la propuesta de un artefacto-relato, que viene a reunir las reflexiones de lo que sucedió en el proceso de ese taller de creación y también en los productos que entregaron los participantes.</p> <p>Lo SEGUNDO, es que hay un texto reflexivo y analítico en torno a lo que fue el artefacto, entonces, me parece importantísimo que ese texto no solamente sea conocido, sino que además sea analizado y reflexionado. También, en el libro hay una contextualización de lo que fueron los antecedentes del proyecto y en la parte final están las reflexiones de los autores, de los investigadores del proyecto. Entonces, es un producto que reúne muchos elementos desde el punto de vista conceptual, académico y reflexivo, reúne todos los elementos en torno al proyecto, entonces para mí sería importantísimo ese.</p>			proyecto.
<b>Indira Quiroga</b>	<p>Yo principalmente creería que el producto que podría tener mayor impacto y que tuvo un impacto significativo es la exposición misma. Creo que los resultados con cada uno de los artefactos, con la puesta museográfica que se hizo, permiten contribuir a ese diálogo que es lo que estamos buscando, sobre todo la última versión de la exposición en la cual se trajeron piezas o artefactos de Boyacá elaborados en Boyacá y se expusieron aquí en Santander, creo que ese sería como el producto principal que nos permite materializar todos los resultados que estábamos planteando en el proyecto.</p>	<b>SI.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exposición</li> <li>- Contribuir al diálogo</li> <li>- Libro</li> <li>- Interacción</li> <li>- Intervención</li> <li>- Apropiación</li> <li>- Impacto</li> <li>- Artefactos</li> <li>-Experiencias sonoras</li> </ul>	<p>La exposición permitió a las personas interactuar con los artefactos - relato de diferentes maneras. Esta interacción se traduce en un mayor impacto y, por consiguiente, en una mayor apropiación.</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>Creo que, en ese en ese mismo sentido, está el libro, pero tal vez con la exposición los asistentes, los visitantes pueden interactuar más y se genera un impacto directo, como vimos que se interactuaron con algunos artefactos. Entonces creería que, si bien el libro también condensa todos los resultados de los artefactos, el poder tener la obra física genera un impacto mayor.</p> <p>Entonces, creería que si tuviera que elegir uno de todos sería la exposición y sobre todo pensando en esa fase en la cual se pudieron poner en diálogo directo los artefactos de los dos departamentos.</p> <p><b>(... a la pregunta ¿qué artefacto relato en específico te gustaría dar a conocer? ...)</b></p> <p>Primero sería el de cuerpo armado, pues las veces que fui a la exposición vi esa interacción que tuvo el público con él el día de la inauguración y posteriormente, creo que, como decía, impacta mucho porque se puede intervenir, entonces las personas escribían, pintaban y cosían sobre él; creo que eso generó una apropiación o significancia mayor; inclusive haciendo el ejercicio de medición de impacto (que era con el mapa) el que más tuvo stickers, el que más interacción fue precisamente ese artefacto.</p> <p>Creo que los que tienen experiencias sonoras también llaman mucho la atención.</p>			
<b>Luz Mary Castellón</b>	Yo me centraría más en divulgar los resultados de los talleres, pues me parece que en ellos está la esencia del proyecto, desde ahí digamos parte todo. Yo me centraría (si habría que	<b>SI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Talleres</li> <li>- Identidad</li> <li>- Pertenecía</li> <li>- Territorio</li> </ul>	Dar a conocer, no solamente el producto final, sino también partes o fragmentos del

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>escoger un producto) en los talleres, porque aquí tenemos quizás nosotros más posibilidad de explotar lo que ahí se generó. Creo que ahí hay un trabajo que nos habla directamente de los territorios, que fueron creados por personas que vienen de esos mismos territorios.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proceso</li> <li>- Creación</li> <li>- Co-creación</li> </ul>	<p>proceso de co-creación llevado a cabo durante los talleres.</p>
	<p>Teniendo en cuenta todos estos elementos, que también apuntan a apreciar más una identidad y una pertenencia hacia estos espacios, sería una bonita forma de retribuir a las personas; entonces yo pensaría que, para generar la divulgación de lo que hicimos en el proyecto, se podrían tomar los talleres, sería algo gratificante compartir con las personas estos resultados, no solamente el producto final, yo me refiero más precisamente, más concretamente al proceso, al proceso de creación y co-creación que se generó allí, porque si hablamos de investigación creación, en la investigación creación importa más cómo se generó el proceso que hasta mismo producto final.</p>			
	<p>Entonces, si hay que decidimos por uno de estos resultados yo me centraría en divulgar el proceso de creación, el proceso que se generó durante la aplicación de los talleres, ¿Cómo se generó?, ¿Cómo fue? ¿Cómo fueron estos diálogos con las comunidades y con estas personas de estos espacios?</p>			
<p><b>Grethel Florez</b></p>	<p>Todos son importantes, sin embargo, yo había puesto que los artefactos relato, aunque estos ya se han divulgado de alguna manera en las exposiciones o en las exhibiciones, pero ¿por qué estos? ¿por qué me parecen relevantes? porque son los resultados y los aportes que dieron</p>	<p><b>SI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artefactos</li> <li>- Libro</li> <li>- Artistas</li> <li>- Participantes</li> </ul>	<p>Los artefactos - relato reúnen tanto la creación de los participantes de los talleres, como la creación de los artistas.</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>cada uno de los participantes desde los talleres y que los artistas, con estos aportes, armaron los artefactos - relato.</p> <p>También había puesto que el libro, ya que allí está la compilación de toda la investigación, pero si tú me preguntas, yo diría que el libro es para las personas que tengan pasión por la lectura. Aun así, me quedo con los artefactos - relato, tal vez por mi generación, por mi edad, porque soy menos digital.</p>			<p>Aparece nuevamente el libro como aquel elemento que compila la totalidad del proyecto.</p>
<p><b>Juliana Sofía Herrera</b></p>	<p>Primero, a nivel general, me parece muy importante el libro de creación porque es ese producto que compila toda la experiencia recorrida en diálogos, hay un trabajo de escritura, de edición, de diseño, también de fotografía, hay un trabajo importante en ese sentido, entonces se convierte en un referente de diseño editorial, un referente vale la pena compartir con universidades y entidades que hagan este tipo de publicaciones, pero sobre todo un referente para nuevos proyectos que se hagan de investigación creación, o sea, me parece que la experiencia que hubo en diálogos fue algo muy experimental, por eso mismo hubo cosas muy interesantes y muy chéveres que vale la pena compartir [...] En el en el libro también están las conclusiones de los investigadores, que les dejó a ellos toda esa experiencia. Ese me parece el producto estrella que compila lo que fue el proyecto.</p> <p>También está la APP, no solamente por el trabajo que implicó a nivel de diseño y desarrollo, es bastante innovadora en el sentido de que no hay una como esa, es también una apuesta experimental, por eso</p>	<p><b>SI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- libro de creación</li> <li>- Referente para nuevos proyectos</li> <li>- APP móvil</li> <li>- Experimental</li> <li>- Fanzine</li> <li>- Publicación independiente</li> <li>- Catálogo</li> <li>- Podcast</li> <li>- Talleres</li> <li>- Instrumentos pedagógicos</li> </ul>	<p>Aparecen varios formatos (libro, podcast, taller, app móvil, fanzine, catálogo) todos ellos novedosos y dignos de divulgar, pues detrás de cada uno existe un arduo trabajo que va desde su planeación, hasta su elaboración.</p> <p>La socialización de estos productos sería bastante útil para las comunidades académicas, ya que el proyecto en general se puede convertir en referente para docentes e investigadores.</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>también vale la pena divulgar y además que viene de la mano con el libro, entonces ellos dos se pueden complementar el sentido de que los usuarios pueden visitar las obras a través del libro, pero también a través de la aplicación.</p>			
	<p>El fanzine es súper importante como artefacto porque, primero, tiene este carácter de publicación independiente, hacia algo más sencillo, más privado; este artefacto incluso puede caer perfectamente en ferias y festivales independientes. El fanzine además da más alcance a la experiencia porque puede seguir continuando y la gente como lo interviene y hace otra vez el ejercicio de contactar con su entorno y hacer todos estos ejercicios de percepciones sensoriales, entonces el fanzine sigue teniendo continuidad a través de las diferentes personas que intervienen.</p>			
	<p>El catálogo también me parece importante compartirlo porque muestra de manera interesante, las diferentes formas que las personas tienen de ver Boyacá y Santander, pero además de ver el concepto del convite, este concepto es como el compartir como la fiesta, un poco la gastronomía, un poco los acercamientos plásticos que tiene la gente con las bandejas de Ráquira, siento que está lleno de curiosidades culturales y de la cultura popular de Boyacá y Santander.</p>			
	<p>El podcast de postales sonoras también, con podcast que funcionó como modalidad de taller se puede seguir generando que la gente siga creando en torno a eso, que la gente siga haciendo estos ejercicios en torno al territorio, además hay un</p>			

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	trabajo de producción chévere detrás, tiene estas diferentes etapas del yo, de mi casa, de mi entorno, tiene anécdotas, tiene relatos.			
	Los talleres, supongo que eso lo tienen contemplado los profes, es también algo que vale la pena darle divulgación en el sentido de que son instrumentos pedagógicos que permiten hacer ejercicios de co creación con la comunidad y para que la comunidad se acerque a su entorno, entonces está chévere compilarlos de alguna manera para que sean replicables y los puedan hacer en otros escenarios.			

Fuente: Elaboración propia basado en las respuestas dadas por las investigadoras Nancy Quiroga, Indira Quiroga, Luz Mary Castellón, Grethel Florez y Sofía Herrera.

Esta primera cuestión planteada nos da una idea de los productos que las investigadoras desean dar a conocer, entre las respuestas se repite varias veces el libro de creación *Artefactos en Diálogo*, ya que este consigue reunir en sus páginas toda la experiencia del proyecto, en palabras de Herrera “hay un trabajo de escritura, de edición, de diseño, también de fotografía” en ese sentido, además de ser un referente académico e investigativo, también puede convertirse en un referente de diseño editorial.

De igual manera, resaltan conceptos como interacción e intervención, pues durante las diferentes etapas del proyecto (conversatorios, talleres, exposiciones) existió una estrecha relación con los participantes y asistentes, por tal razón aparecen deseos de divulgar elementos con los que el público pueda interactuar o en los que intervengan de manera significativa.

Sumado a lo anterior, existe un interés por dar a conocer el proceso llevado a cabo en los talleres de creación, pues fueron estos los que dieron origen a los artefactos – relato, el libro, la exposición y la aplicación; como mencionó Castellón “Yo me centraría más en divulgar los resultados de los talleres, pues me parece que en ellos está la esencia del proyecto, desde ahí, digamos, parte todo”.



**Tabla 6**

*Unidad de análisis pregunta #2*

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
Nancy Consuelo Quiroga	<p>Bueno, nosotros contamos con muchísimos participantes de diferentes edades dentro del proyecto, pero si en este momento tuviera que elegir un público para poder realizar este producto, me parece que el público joven y sería una muy buena opción.</p> <p>Estoy hablando del público joven entre los 18 y los 35 años más o menos, ¿por qué ese público? Digamos que una parte fundamental de lo que se desarrolló al interior de Diálogos del Territorio fue eso, entablar el diálogo como un método de comunicación que nos permitiera reflexionar en torno a todo lo que estaba sucediendo en nuestro territorio; entonces me parece que el público joven es súper importante que conozca eso, la capacidad del diálogo, la fortaleza que tiene el diálogo no solamente para hablar del territorio sino para hablar de los múltiples ejes temáticos que se desarrollaron al interior del proyecto, que son de alguna u otra forma transversales a todos nosotros y a todo nuestro que hacer. Me parece que estamos pasando por una situación que no es difícil, pero tampoco es fácil, como la que estamos viviendo en este periodo de transición en nuestro territorio, donde hay múltiples problemáticas económicas, de seguridad... Bueno y todo lo que dejó también el COVID.</p> <p>El público joven me parece que es un público fundamental, que requiere que entiendan cómo funcionan estos proyectos y cómo el diálogo es tan importante para poder reflexionar, entender, conocer y respetar. Ese</p>	SI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jóvenes universitarios</li> <li>- Entablar diálogos</li> <li>- Fortalecer el diálogo</li> <li>- Hablar de los problemas que aquejan a la sociedad</li> <li>- Reflexionar</li> <li>- Entender</li> <li>- Conocer</li> <li>- Respetar</li> <li>- 18 a 25 años</li> </ul>	<p>El diálogo en grupos jóvenes permite abordar y reflexionar sobre temas de gran importancia social.</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
<b>Indira Quiroga</b>	<p>sería para mí un público objetivo muy importante.</p> <p>Puede ser de los 18 a los 25, para que se cierre un poquito y que la población cautiva sea el joven universitario.</p> <p>Yo creo que esta exposición estaría destinada para adolescentes y adultos en general, si es por rango de edad.</p> <p>Si es más por ocupación o intereses, creo que también se podrían considerar tanto artistas como personas que están involucradas con temas patrimoniales. Diría yo que pueden ser desde educadores, hasta personas que trabajan con turismo, ya que es una manera de mostrar aspectos que son relevantes del territorio a través del arte. Se podría ampliar la lectura o contribuir a ampliar esa lectura que puedan tener sobre el territorio.</p> <p>En conclusión, creería que gestores culturales, personas que trabajan con turismo, con patrimonio y, si es por edad, desde adolescentes hasta adultos.</p>	<b>SI.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adolescentes</li> <li>- Adultos</li> <li>- Artistas</li> <li>- Personas involucradas con temas patrimoniales</li> <li>- Turismo</li> <li>- Ampliar la lectura del territorio</li> </ul>	<p>Se puede pensar en la posibilidad de abordar personas con profesiones a fines patrimoniales y turísticos, esto con el fin de ampliar la lectura que tienen sobre el territorio, brindando una mirada más artística.</p>
<b>Luz Mary Castellón</b>	<p>Los talleres y todo el proceso creativo que se generó en el proyecto puede ser comprendido, admirado y utilizado por todas las comunidades, pero para generar un impacto más profundo, estos talleres se podrían dirigir sobre todo a estudiantes, estudiantes de primaria, secundaria y universitarios.</p> <p>Si miramos y analizamos quienes acudieron a la llamada de los talleres, está un público mayoritariamente de estudiantes, eso fue lo que identificamos en el artículo que publicamos acerca del impacto de los</p>	<b>SI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impacto</li> <li>- Estudiantes</li> <li>- Primaria</li> <li>- Secundaria</li> <li>- Universidad</li> <li>- Divulgar el proceso y hacerlos partícipes</li> <li>- Talleres</li> <li>- Versatilidad</li> <li>- Niños pequeños</li> </ul>	<p>Adaptar la estrategia para los diferentes niveles educativos (primaria, secundaria, universitarios), permitiría abordar múltiples rangos de edad.</p> <p>“Ya trabajamos con adultos, ahora podremos trabajar con niños más pequeños”</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>talleres. El público que más acogió la llamada fueron estudiantes universitarios. Yo creería que el público objetivo serían los estudiantes de los primeros grados y también universitarios.</p> <p>De esta manera, podríamos enfocarnos en trabajar con ellos, no solamente divulgar el proceso, sino también hacerlos partícipes del proceso, porque eso es lo que extendería el que se siga generando ese objetivo que nosotros buscábamos que era el diálogo de las regiones y de los territorios.</p> <p>Para el caso de los talleres, propondría el enfoque de los estudiantes, estudiantes de todos los niveles, ya dependería cómo plantear esta misma estrategia a una población de niños y niñas, o cómo plantearlo a una población de estudiantes universitarios, porque si bien son estudiantes, hay niveles.</p> <p>Por eso yo apunto a los talleres, porque son una propuesta muy versátil; entonces, nosotros podemos enfocarnos a todas las comunidades y eso podría hacer más fácil la divulgación y el impacto que se pueda lograr con estos productos, porque la cantidad de gente que impactaría no tendría un rango. Pero bueno, si hay que elegir un rango, ya trabajamos con adultos, ahora podríamos trabajar con niños más pequeños.</p>			<p>Darles a conocer el proceso y hacerlos partícipes por medio de la implementación de nuevos talleres.</p>
<b>Grethel Florez</b>	<p>La comunidad académica, por lo que es donde uno más se desenvuelve y es la que más tiene cercanía, pero también a las personas que sean sensibles al arte y al diseño; que no necesariamente pertenezcan a una comunidad</p>	<b>SI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunidad académica</li> <li>- Personas sensibles al arte y al diseño</li> </ul>	<p>Divulgar los resultados del proyecto con personas que tengan sensibilidad por temas artísticos, sin importar su</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
Juliana Sofía Herrera	académica, porque conozco personas que son ingenieros que son muy sensibles a estos temas, conozco amas de casa (que es una labor muy loable) que también son muy sensibles a estos temas, entonces yo diría que a la comunidad académica y a las personas que son sensibles al arte y al diseño.	SI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jóvenes de colegios</li> <li>- Jóvenes universitarios</li> <li>- Gestores culturales</li> </ul>	<p>profesión.</p> <p>Los públicos pueden ser variados, sin embargo, se hace énfasis en los jóvenes estudiantes de colegios, universidades de Boyacá, Santander y otras partes del país.</p>
	<p>El público objetivo puede ser muy amplio por la diversidad de cosas que hay, pero en principio no diría que es para niños, porque se maneja un nivel de conceptualización amplio.</p> <p>Si por ejemplo para jóvenes de colegios, me parece que los chicos de colegio son un público importante porque ellos, en los últimos años de colegios, están viendo qué posibilidades hacer, qué cosas quieren hacer con su vida, entonces les da un acercamiento a lo que son las humanidades, las artes y el diseño. Además, ellos en sus propios espacios escolares tienen mucho espacio para proponer cosas y para apropiarse de esos territorios.</p>			
	<p>Jóvenes universitarios en Boyacá, Santander y otros lugares del país de programas de diseño y de artes; docentes e investigadores porque para ellos todo esto puede ser un referente de la investigación creación. Gestores culturales, gente que se dedica, no desde el lado académico, sino en su forma profesional a fortalecer el arte.</p>			
	<p>Chicos universitarios de otro tipo de carreras también se pueden acercar a esto, no solamente cerrarlo a nuestro ámbito.</p>			

Fuente: Elaboración propia, basado en las respuestas dadas por las investigadoras Nancy Quiroga, Indira Quiroga, Luz Mary Castellón, Grethel Florez y Sofía Herrera.

Gracias a esta pregunta nos dimos una idea sobre públicos clave al momento de realizar la divulgación, entre estos resaltan las comunidades de jóvenes estudiantes en sus diferentes niveles (primario, secundario y universitario), como mencionó Quiroga durante la entrevista “El público joven me parece que es un público fundamental, que requiere que entiendan cómo funcionan estos proyectos y cómo el diálogo es tan importante para poder reflexionar, entender, conocer y respetar”. Una estrategia pensada para dicho target, nos permitiría abordar escenarios escolares y universitarios. También aparecen otros tipos de públicos como gestores culturales, promotores turísticos y personas con sensibilidad por temas artísticos y creativos.

La variedad de públicos propuestos, permite pensar en la posibilidad de una estrategia de divulgación adaptable, dependiendo el contexto que se vaya a abordar (salones de clase, universidades, espacios artísticos, casas culturales, etc).

**Tabla 7**

*Unidad de análisis pregunta #3*

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
Nancy Consuelo Quiroga	Para mí es muy importante el físico, o sea, el cara a cara, porque digamos que muchos de los talleres se desarrollaron virtualmente y, aunque fueron enriquecedores, me parece importantísima la experiencia física, lo que puede surgir allí en torno a vernos, a vernos y a sentirnos y saber que hay alguien real allí que está hablando y que está aportando. Ese es un canal súper importante, que nos escuchemos en torno a la presencialidad física teniendo en cuenta eso. Pero los procesos de divulgación se pueden dar por redes sociales, que es un mecanismo súper importante de consumo de este tipo de población.	SI	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Experiencias físicas</li> <li>- Presencial</li> <li>- Cara a cara</li> <li>- Redes sociales</li> <li>- Diversos medios</li> </ul>	<p>Las experiencias físicas, presenciales, son más enriquecedoras que las virtuales, sin embargo, una complementa a la otra.</p> <p>Las redes sociales son un mecanismo de consumo de información en la población joven.</p>
	Entonces, me parece que es importante conectar la experiencia física, lo que surge cuando uno se encuentra y el proceso de reflexión y divulgación se da cuando tú empiezas a dar cápsulas informativas			

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
<b>Indira Quiroga</b>	<p>de esos encuentros o de esos conversatorios sobre esas reflexiones en torno al diálogo. Son dos partes importantes que se complementan.</p> <p>Creo que seguir manejando el tema de las redes, pero se podría diversificar el tipo de contenido, por ejemplo, usando más material audiovisual (REELS, vídeos muy cortos, TIKTOK) pues sabemos que los chicos pasan horas y horas consumiendo este tipo de contenido. Si queremos impactar a una mayor cantidad de gente, podría ser así.</p>	<b>SI.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversificar el contenido</li> <li>- Reels</li> <li>- Tik Tok</li> <li>- Podcast</li> <li>- Videos cortos</li> <li>- Redes sociales</li> </ul>	<p>Diversificar el contenido de las redes sociales por medio de videos cortos, teniendo en cuenta que las personas prefieren consumir información de manera rápida.</p>
<b>Luz Mary Castellón</b>	<p>Ya si queremos un público más especializado, se pueden hacer vídeos con un contenido más desarrollado que generen impacto, creo que el podcast que se usó en uno de los talleres (que ahorita no me acuerdo del nombre) me parece que se podría seguir desarrollando con cada uno de los temas que se trabajaron en cada uno de los talleres. Los podcasts están muy de moda ahorita, se consumen mucho por estos por estos medios.</p> <p>Creería que eso: videos, seguir trabajando con las redes, vídeos cortos y los podcasts.</p> <p>Siguiendo la línea de los talleres, ahí hay un potencial inmenso para generar contenido visual, que podría ser divulgado desde los medios digitales que, pensaría yo, hoy son los que más impacto tienen.</p> <p>Nosotros tenemos muchas horas grabadas de estos talleres y ahí se produjeron muchas imágenes y se produjeron audios, yo pensaría sistematizar todo este proceso y sacar pequeños vídeos, generar contenido de imágenes, los mismos podcasts que se generaron. También se pueden</p>	<b>SI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contenido visual</li> <li>- Medios digitales</li> <li>- Videos cortos</li> <li>- Imágenes</li> <li>- Podcasts</li> <li>- Instagram</li> <li>- You Tube</li> <li>- Videos que hablen de la experiencia</li> </ul>	<p>Para un público más especializado o interesado pueden pensarse formatos más complejos.</p> <p>Tomar el material existente y adaptarlo a formatos cortos y llamativos para mostrar en redes sociales.</p> <p>Mostrar algunas memorias del proceso llevado a cabo en los talleres de creación.</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>difundir estas imágenes generadas en los proyectos a través de Instagram y YouTube que en su momento se hizo, pero ahorita yo pensaría sistematizar todas las horas que tenemos grabadas de los talleres y sacar algunos vídeos cortos que se puedan divulgar en estas redes sociales donde el proyecto tiene cuentas activas.</p> <p>Se ha visto que en estas dos redes se han publicado varios vídeos y han sido muy bien aceptados por la comunidad, ahí se ve en la cantidad de me gusta y visualizaciones. Entonces, se pueden generar videos cortos, imágenes, podcast.</p> <p>Yo me centro principalmente en generar contenidos del proceso de creación ¿cómo se dio este proceso de creación? e incluso hacer partícipe a las personas que participaron en los talleres, por medio de videos cortos en donde nos hablen de su experiencia, estos videos se podrían complementar con imágenes de sus de sus proyectos, de sus de sus productos.</p>			
<b>Grethel Florez</b>	<p>Sería un contenido audiovisual, o que sea audio y también visual. Por lo mismo y tanto, o sea el audiovisual es muy atrayente. Y si también preguntas por plataformas digitales, indiscutiblemente las redes sociales.</p> <p>Podrían también ser videojuegos o plataformas educativas, pero yo diría que pueden funcionar las redes sociales y la parte de los videojuegos.</p>	<b>SI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Audio</li> <li>- Visual</li> <li>- Audiovisual</li> <li>- Redes sociales</li> <li>- Videojuegos</li> <li>- Plataformas educativas</li> </ul>	<p>El contenido audiovisual resulta muy atrayente y se puede difundir fácilmente por las redes sociales.</p>
<b>Juliana Sofía Herrera</b>	<p>El contenido, los medios tendría que ser una cosa híbrida entre presencial y virtual. Es importante que haya espacios presenciales para divulgar el libro, como por ejemplo la biblioteca del Centro Cultural del Banco de la</p>	<b>SI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bibliotecas</li> <li>- Universidad</li> <li>- RAD</li> <li>- Cafés y librerías</li> </ul>	<p>Se proponen varios espacios en donde podría llevarse a cabo la divulgación presencial, por ejemplo, bibliotecas,</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>República, allí se podrían organizar talleres o conversatorios en torno a sus productos y hablar con la gente sobre las reflexiones que hay ahí.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Noche de museos</li> <li>- FIC</li> <li>- Otros departamentos de Boyacá</li> <li>- Medios virtuales y presenciales</li> <li>- Redes sociales</li> </ul>	<p>universidades, librerías, cafés, festivales y ferias a fines con temas culturales.</p>
	<p>Siento que se puede aprovechar el enlace que hay con el programa de artes visuales de la Juan, ahí están los chicos que hicieron la obra de arqueologías, ellos siempre hacen muchos eventos, talleres y son abiertos a la comunidad, entonces se puede trabajar de la mano para hacer algún conversatorio. Lo mismo con el programa de diseño de experiencia de usuario en la Santo Tomás y con artes de la UPTC.</p>			
	<p>Otro espacio para hacer divulgación es la RAD (Red Académica de Diseño), con ellos también se puede mirar para hacer un enlace.</p>			
	<p>También en algún momento se habló de los cafés tipo UMBRAL, ellos hacen conversatorios, hacen grupos de discusión, entonces también sería chévere presentarles la idea en alguna oportunidad.</p>			
	<p>Se pueden conseguir espacios radiales para darle divulgación a esos productos; está la noche de los museos y el FIC, allí se puede mirar la forma de participar en esos espacios y otros cafés: Madame Lili, el relojero ciego, el jardín de las amapolas, ahí hacen cosas de exposiciones.</p>			
	<p>En Duitama, en Sogamoso debes conocer espacios culturales y allá sería más chévere, porque allá no ha habido Diálogos, no ha estado, sino que ha estado más en Tunja.</p>			
	<p>A partir de los eventos hechos con la comunidad sacar registros</p>			



<b>Nombre Invest.</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Cumple SÍ / NO</b>	<b>Conceptos</b>	<b>Conclusión</b>
	fotográficos y también reflexiones, por ejemplo, un taller donde la gente intervenga el fanzine, de ahí salen cosas y todo eso se puede aprovechar para generar contenido para las redes sociales. Se puede abrir de pronto tik tok y alojar allí el contenido, que se pueda compartir esa experiencia que se tenga con la gente en el momento de hacer divulgación.			

Fuente: Elaboración propia, basado en las respuestas dadas por las investigadoras Nancy Quiroga, Indira Quiroga, Luz Mary Castellón, Grethel Florez y Sofía Herrera.

Se evidencia una intención por abordar espacios físicos y virtuales, ya que ambos se complementan a la hora de divulgar información a públicos amplios. Por el lado físico, se hace énfasis en la importancia de volver a lo tradicional, a la tertulia, al cara a cara, en palabras de Quiroga “me parece importantísima la experiencia física, lo que puede surgir allí en torno a vernos, a vernos y a sentirnos, y saber que hay alguien real allí que está hablando”. Lo anterior puede traducirse en una experiencia más íntima, casi personalizada, con un alto impacto en el público. Asimismo, la presencialidad permite abordar una amplia gama de escenarios como bibliotecas, colegios, universidades, ferias de diseño o de investigación, cafés, librerías, festivales, centros culturales, etc.

Por otro lado, encontramos las redes sociales y demás soportes mediáticos digitales que podrían servir como apoyo a diferentes formatos (fotografías, audiovisuales, imágenes, memorias, podcasts, etc.) y complemento de la estrategia, pues la diversidad de plataformas facilita ampliar el alcance de la información presentada, además, si pensamos en un público joven, son ellos los principales consumidores de este tipo de tecnologías.

## Tabla 8

*Unidad de análisis pregunta #4*

<b>Nombre Invest.</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Cumple SÍ / NO</b>	<b>Conceptos</b>	<b>Conclusión</b>
<b>Nancy Consuelo</b>	Bueno, yo creo que algo muy importante es que la estrategia está	<b>SI</b>	- Diálogo - No verbalidad	Seguir utilizando el diálogo (verbal y no

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
<b>Quiroga</b>	<p>implícita en el mismo proyecto que es el diálogo. El diálogo no solamente es verbal, sino también es no verbal y parte fundamental de lo que nos ha dejado el proyecto es la no verbalidad; cómo a partir de la síntesis y de la gráfica podemos generar mensajes interesantes.</p> <p>Entonces, una estrategia de divulgación es esa, no decir siempre todo lo que queremos hablar o expresar desde el lenguaje verbal, sino cómo lo reflexionamos, lo pensamos y lo sintetizamos en lenguaje gráfico. Para mí es fundamental porque la gráfica de alguna u otra forma tiene la capacidad de transmitir muchísima información a muchísimos públicos objetivos, ósea, sobrepasa de alguna u otra forma la barrera del analfabetismo, eso es súper importante y también pues conecta porque muchas veces, por ejemplo, uno pone a hablar a la gente y la gente no logra expresar lo mismo cuando lo hace manualmente, gráficamente, con los recursos que tengan, pero desde el punto de vista visual.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Síntesis gráfica verbal)</li> <li>- Lenguaje gráfico</li> <li>- Manualidad</li> <li>- Grafismo</li> </ul>	<p>como herramienta para la divulgación.</p> <p>De igual manera, se pueden generar piezas gráficas que comuniquen desde la imagen e impacten visualmente.</p>
<b>Indira Quiroga</b>	<p>Como antropóloga, algo que nos caracteriza es que siempre buscamos reconocer y tener en una relación horizontal las diferentes perspectivas, en ese orden de ideas, creería que deben ser estrategias que permitan que el otro responda, que no sean estrategias en una sola vía, en donde está el emisor, el receptor y punto, sino que el receptor tenga la oportunidad de dar su percepción, de dar su parecer y que eso también pueda nutrir posteriormente los resultados que se tengan del proyecto.</p> <p>Entonces, creería que las estrategias</p>	<b>SI.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interacción entre emisor y receptor</li> <li>- Participación ciudadana</li> <li>- Público participativo</li> <li>- Códigos culturales</li> </ul>	<p>Configurar una estrategia que permita al público interactuar, opinar y aportar nueva información.</p> <p>“no solamente es considerar al público como alguien que sea pasivo, sino que participa”</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>deben incluir por un lado esa participación ciudadana, pero también una perspectiva activa por parte del público, que se puede trabajar desde los mismos procesos creativos. Entonces, no solamente es considerar al público como alguien que sea pasivo, sino que participa y que la construcción del conocimiento se sigue dando permanentemente.</p> <p>Creía que eso... fortalecer los elementos de la cultura popular que están presentes a lo largo de muchos de los talleres, e inclusive los mismos resultados de algunos talleres. Creo que se podría explorar más lo que hicieron los participantes, no solamente el artefacto relato, sino que hay insumos, hay mucho simbolismo que se podría explorar porque está más cercano a la población, porque fue la misma población la que lo produjo.</p> <p>Hay elementos gráficos en las narrativas, en los procesos de memoria, recuerdo, por ejemplo, que fue muy recurrente el tema de la gastronomía, que se trabajaba memoria o que se trabaja en la ciudad y aparecía por ahí, entonces eso nos habla de cómo los participantes estaban haciendo una valoración de su mismo territorio y hay elementos que uno podría explorar para acercarse más a los códigos culturales que maneja la misma población.</p>			
<b>Luz Mary Castellón</b>	<p>Siempre he pensado en la construcción de la ciudadanía a partir de talleres creativos ¿cómo vincular la historia, la formación, la enseñanza de la historia a partir de la aplicación de estos talleres? Era mi primera experiencia trabajando en este tipo de investigación, siempre he</p>	<b>SI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Talleres creativos</li> <li>- Taller itinerante</li> <li>- Maleta viajera</li> <li>- Escuelas</li> <li>- Colegios</li> </ul>	<p>La aplicación de talleres creativos presenciales permite formar vínculos y generar nuevos diálogos en torno a la creación y al territorio.</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>sido muy rigurosa en los documentos, nunca había trabajado con sujetos y creo que eso es lo bonito que saqué de este proyecto. Expandí mis horizontes y dije “bueno, podemos fusionar la historia o la enseñanza de la historia a partir de esto”.</p> <p>En ese sentido, propondría algo así como un taller itinerante o una maleta viajera donde podamos recorrer diversos municipios y lleguemos a la escuela, los colegios y compartamos con estas comunidades los resultados y apliquemos alguno de estos talleres. Yo sé que esto implica recursos, que esto implica mucho tiempo y dedicación, pero es la forma de generar diálogos. Podríamos hacerlo virtual, como lo hemos hecho, pero yo pienso que generaría mucho más impacto ir, porque además vamos a trabajar con niños y niñas.</p> <p>Trabajar teniendo presente los ejes temáticos que hemos trabajado como: la memoria, los imaginarios, los sentidos, ¿Cómo se relaciona con el territorio desde los niños? Yo creo que tenemos una base muy sólida en la que podemos generar algún aprendizaje, que el proyecto efectivamente trascienda y que le sea útil a la población, no que el proyecto muera, porque el objetivo es muy bonito, generar diálogos, y eso es lo que nosotros debemos hacer, seguir generando diálogos entre los territorios, pero no podemos generar diálogos aquí sentados, haciendo transmisiones a través de las plataformas.</p> <p>Yo pensaría y le propondría a mi equipo de trabajo que pensemos en un proyecto que podamos proponer</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aprendizaje</li> <li>- Recorrer municipios</li> <li>- Club de lectura</li> </ul>	<p>Una estrategia equipada con una maleta viajera que contenga todo el conocimiento y experiencia recogida en los territorios.</p> <p>Pensar en un club de lectura para socializar el libro.</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>en alguna convocatoria, ya sea regional o nacional. Crear estos talleres itinerantes o una maleta viajera donde podamos recorrer algunos municipios cercanos. Llevar (como es la nueva política del Gobierno nacional), ir a los territorios, no dejar que ellos vengan a buscarnos, ir nosotros y trabajar con ellos la memoria, el paisaje, los sentidos, los imaginarios y dar a conocer los resultados del proyecto, pero también aplicar con ellos estos talleres o algunos de estos talleres.</p> <p>Desde nuestras propias instituciones también se podrían generar estos encuentros con los estudiantes de las ciudades, pero sería una bonita estrategia ir a los colegios y a las escuelas a trabajar con los niños y creo que aparte de generar enseñanza aprendizaje, también generarían conciencia y valores en los niños, en la formación de ese objetivo que hemos buscado: generar diálogos en los territorios.</p> <p>Con nuestro libro podemos generar un club de lectura donde podamos leer el libro, donde podamos hablar de la experiencia, podríamos mostrarle las fotografías porque el libro tiene muchas imágenes y tiene muchos elementos atractivos para los niños.</p>			
<p><b>Grethel Florez</b></p>	<p>El diseño de un personaje que lleve a cabo esta estrategia.</p> <p>A mí me llama mucho la atención y me gusta mucho Ernesto Pérez, el frailejón, o sea, yo decía ayer “ay no sería súper chévere” y ya en el proyecto hay personajes diseñados, tengo algunos en mi mente.</p> <p>Me parece muy chévere como se</p>	<p><b>SI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de personaje</li> <li>- Ernesto Pérez</li> </ul>	<p>Incluir dentro de la estrategia el diseño de un personaje resulta llamativo e interesante, ya que generaría en el público un imaginario de alto impacto visual.</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
<b>Juliana Sofía Herrera</b>	<p>llevó a cabo esta estrategia de divulgación, es más, hasta la canción de Ernesto Pérez es pegajosa.</p> <p>Me gustaría mucho un diseño de personaje porque de una vez se lo relaciona con el proyecto.</p> <p>Lo que hay que hacer es mejorar lo que ya hay (redes sociales), primero haría un análisis o un DOFA sencillo ¿Cuáles son las debilidades, fortalezas, oportunidades, amenazas de diálogos? viéndolo como si fuera un medio de comunicación para saber qué falta y que está fallando.</p> <p>Sí se va a hacer un trabajo con las redes sociales se debe mantener un flujo constante de contenido, más o menos de día de por medio, pero que sea contenido realmente valioso, o sea, que los usuarios lo sientan genuino, creo que diálogos se preocupó mucho por mantener una relación genuina con su comunidad.</p> <p>Si te vas a encargar de la divulgación y quieres hacerlo con las redes también (que sería lo ideal), entonces habría que trabajar en equipo con Ernesto (encargado actual de las redes sociales), él es una persona que tiene mucha experiencia en eso, entonces trabajar en equipo para ver qué estrategias ustedes creen que se pueden adoptar para mover las redes, manteniendo la cercanía con los seguidores.</p> <p>Creo que también una estrategia a nivel más específico, es seguir contando una historia en el sentido de que, si se va a hablar del libro, a manera de campaña expectativa se puede ir contando el detrás de ese libro, hablando de cómo fue ese caminar de Diálogos, puede ser a</p>	<b>SI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redes sociales</li> <li>- Contenido valioso</li> <li>- Storytelling</li> <li>- Interacción</li> <li>- Transmisión en vivo</li> <li>- Entrevistas</li> <li>- Cercanía con la comunidad y los seguidores</li> </ul>	<p>Continuar trabajando las redes sociales para tejer relaciones fuertes con los seguidores del proyecto.</p> <p>Generar contenido valioso.</p> <p>Generar expectativa contando todo con una historia, de esta manera se atrae a nuevos seguidores</p> <p>“El mensaje más importante de todo es no perder la cercanía con la comunidad de diálogos”.</p>

Nombre Invest.	Respuesta	Cumple SÍ / NO	Conceptos	Conclusión
	<p>modo de storytelling.</p> <p>[...] es muy importante que en el tema de las historias exista una interacción fuerte con las personas, por ejemplo, cuando se hizo esa que era sobre el paseo familiar, que fue una especie de campaña de expectativa para animar a que la gente asistiera al taller de collage, ese tipo de cosas hacen que las redes se muevan y animan a la gente a seguir lo que está pasando con el proyecto.</p> <p>Hay mucha información del proyecto, cosas que la gente compartió en los talleres, hay muchas cosas que se pueden revisar y de ahí sacar contenido que puede enlazar, pero lo que te digo no es solo sacar contenido, sino cosas que valgan la pena.</p> <p>Entrevistas a los artistas, a las personas que hicieron los artefactos, a los que participaron en los talleres, a los profesores, a los seguidores, etc. Tener en cuenta otras dependencias de la Universidad, por ejemplo, el área encargada de publicaciones editoriales, el centro de multimedios.</p> <p>El mensaje más importante de todo es no perder la cercanía con la Comunidad de diálogos y seguir siendo muy agradecidos con las personas que desde principios se unieron y siguieron el proyecto, eso me parece esencial.</p>			

Fuente: Elaboración propia, basado en las respuestas dadas por las investigadoras Nancy Quiroga, Indira Quiroga, Luz Mary Castellón, Grethel Florez y Sofía Herrera.

Esta última pregunta funcionó como una breve lluvia de ideas sobre posibles estrategias dentro de las cuales se destacan: el diseño de un personaje que acompañe las diferentes actividades de divulgación; la aplicación de nuevos talleres; la creación de un club de lectura que ayude a

socializar el libro y la publicación de contenido valioso en de redes sociales.

Algo importante que se mencionó es que cualquier estrategia debe tener una doble vía de comunicación, es decir, donde el público además de escuchar pueda aportar e interactuar de alguna forma, en palabras de Quiroga “no solamente es considerar al público como alguien que sea pasivo, sino que participa”, lo anterior permitirá generar nuevas etapas, nuevos diálogos y volvería al proyecto sostenible en el tiempo.

Como veremos más adelante, el diseño y aplicación de la entrevista a las 5 líderes del proyecto *Diálogos del Territorio*, permitió establecer parámetros importantes para la proyección de las diferentes estrategias como: material a divulgar, posibles públicos, espacios, modalidades y tipo de contenido. De esta manera, se aprecia la importancia de diseñar instrumentos que permitan al investigador tener un acercamiento con su objeto de estudio para, una vez implementados, generar insumos que permitan, o bien solucionar problemas, o bien potenciar cualidades.



### Diseño de la propuesta

Con lo reunido hasta este punto (tema, pregunta, objetivos, marco de referencia, estado del arte, metodología, instrumentos diseñados, aplicados y sistematizados) se procede a la realización de un plan de acción para llevar a cabo la propuesta de diseño final de la siguiente manera:

En un primer momento, se sintetizaron las respuestas obtenidas en las entrevistas a modo de infografía (figura 5), este recurso de diseño, como se mencionó en páginas anteriores, permitió organizar la información obtenida de manera gráfica y estructurada (visualización de datos). Aquí fue posible extraer conceptos repetidos con frecuencia en las diferentes reuniones; conceptos que resultaron clave, pues gracias a estos se plantearon posibles estrategias para la divulgación de los resultados del proyecto.

**Figura 5**

*Visualización infográfica de entrevistas*

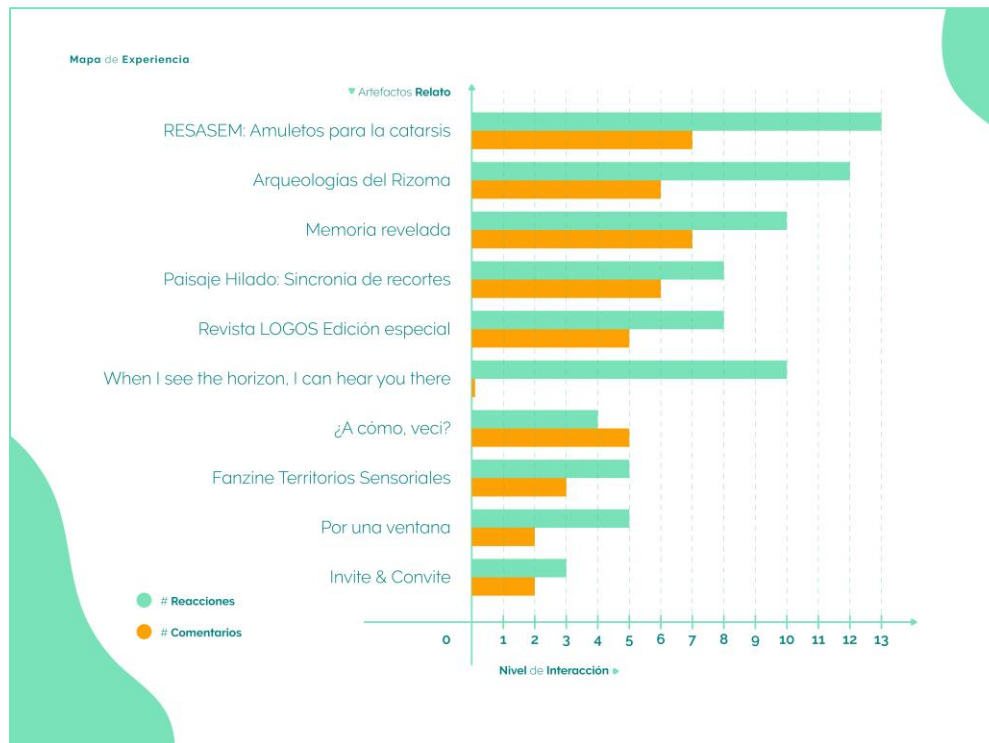


Fuente: Elaboración propia, basado en la información recolectada durante las entrevistas.

Por otro lado, para una mejor comprensión, los datos obtenidos en el mapa de experiencia fueron organizados en un gráfico estadístico (figura 6) que deja ver el nivel de experiencia de los visitantes con cada uno de los artefactos relato durante la exposición *Crucemos Palabra*.

**Figura 6**

*Gráfico estadístico mapa de experiencia*



Fuente: Elaboración propia, basado en las respuestas encontradas en el mapa de experiencia.

Posterior a la realización de la infografía y el gráfico estadístico, se decidió abordar el proyecto a modo de solicitud de diseño, para ello se elaboró una plantilla tipo Brief<sup>3</sup> en donde se definieron: el tipo de proyecto, el servicio o producto requerido, objetivos, target, recursos y demás información que sirviera como guía al momento de proponer las estrategias de divulgación.

En total surgieron cuatro Briefs de diseño, cada uno respondiendo a necesidades detectadas tras el análisis de las diferentes matrices producto de las entrevistas.

El primer Brief (anexo 2), plantea la realización de una campaña para el lanzamiento del libro de creación *Artefactos en Diálogo* en universidades de Tunja, esto con el fin de divulgar en

<sup>3</sup> Documento que orienta un proyecto de diseño.

grupos jóvenes uno de los resultados más importantes del proyecto.

El segundo Brief (anexo 3), plantea replicar algunos talleres realizados por el proyecto *Diálogos del Territorio* en instituciones educativas del departamento de Boyacá por medio de una maleta viajera, esto con el fin de divulgar en ambientes escolares la metodología de creación y co creación con la comunidad.

El tercer Brief (anexo 4), plantea divulgar el paso a paso del proyecto, ¿cómo del diálogo se llegó a la creación y de la creación a la exhibición?, esto con el fin de dar a conocer el proceso que generó a lo largo del proyecto, el detrás de escena de *Diálogos del Territorio*. Lo anterior teniendo como nicho grupos de investigadores, académicos y pares de diseño.

El cuarto Brief (anexo 5), plantea la creación de un club de lectura donde se socialice, además del libro *Artefactos en Diálogo*, textos que amplíen las narrativas en torno al territorio, al diálogo y temas afines, esto con el fin de generar nuevas etapas y nuevos encuentros que congreguen a la comunidad.

Con las cuatro estrategias proyectadas, se decidió enfocar tiempo y esfuerzo en la realización de la descrita en el primer Brief (campaña y evento para la presentación del libro), atendiendo así a la divulgación del producto mencionado con más frecuencia por las investigadoras. De igual manera, como veremos más adelante, esta estrategia permitirá involucrar otros aspectos importantes mencionados durante las entrevistas como:

- Gestión de redes sociales con contenido valioso, diverso y llamativo.
- Generar experiencias presenciales.
- Enfoque en jóvenes universitarios y demás actores académicos.
- Interacción con la audiencia y participación del público en el proceso.
- Transmisión en vivo.
- Diálogo como protagonista.

### **Estrategia de divulgación: Campaña y evento para la presentación del libro**

En vista de que el resultado más relevante del proyecto fue el libro de creación *Artefactos en Diálogo*, se decidió llevar a cabo una campaña para su presentación, buscando con ello divulgar parte del contenido y generar nuevos diálogos por medio de un conversatorio.

Teniendo como inspiración las actividades realizadas por el colectivo de docentes que

conforman el grupo Eureka! (mencionado en el estado del arte), el evento planeado para el lanzamiento del libro debía contar con características como: una puesta en escena llamativa, elementos gráficos atractivos y actividades que permitan la participación del público, de esta manera se lograría una dinámica agradable para los asistentes. Con esto en mente, el siguiente paso consistió en la elaboración de un timing de actividades (tabla 9) que contempló una serie de acciones en el Instagram del proyecto para generar expectativa e interés por participar en el evento de presentación y conversatorio.

**Tabla 9***Timing de actividades*

#	Fecha	tipo	Descripción
1	30 / 10 / 23	Post	Expectativa sobre el evento.
2	30 / 11 / 23	Story	Publicación interactiva para conocer la percepción de las personas.
3	01 / 11 / 23	Post	De qué tratará el evento (¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde?).
4	01 / 11 / 23	Story	Cuenta regresiva.
5	03 / 11 / 23	Story	Pequeño vistazo del libro.
6	03 / 11 / 23	Story	Link para visitar y descargar la versión digital del libro.
7	08 / 11 / 23	Post	¿Qué encontrarás en el libro <i>Artefactos en Diálogo?</i>
8	10 / 11 / 23	Post	Booktrailer.
9	13 / 11 / 23	Story	¡Faltan 3 días!
10	14 / 11 / 23	Story	¡Faltan 2 días!
11	15 / 11 / 23	Story	¡Falta 1 día!
12	15 / 11 / 23	Mailing	Invitación masiva a la comunidad académica.

Fuente: Autor de la investigación.

Una vez establecidos los tiempos, se dio inicio a la fase de diseño para las diferentes piezas planteadas, estas se elaboraron teniendo como referencia la gráfica tipo collage del libro

*Artefactos en Diálogo*, publicaciones del Fondo de Cultura Económica de Colombia, Revista Bacanika, Revista Exlibris, Festival Estéreo Picnic, Seelé Plataforma Cultural, Premio Arte Joven 2023, Fiesta del Libro y la Cultura, entre otros.

De igual manera, intentando tener en cuenta el tipo de contenido sugerido durante las entrevistas, se buscaron proyectos que incluyeran gráficos en movimiento, videos cortos y animaciones; dado esto, se organizó un tablero de diseño (figura 7), que reúne diferentes imágenes con dichas características.

**Figura 7**

*Tablero de diseño*



Fuente: Elaboración propia, basado en referentes gráficos encontrados.

Con la hoja de ruta establecida, referentes gráficos y un concepto definido, se dio paso al diseño y publicación de las diferentes imágenes que serán descritas en el siguiente capítulo.

## Implementación de la propuesta

A continuación, se presenta la implementación de la estrategia para la divulgación del libro *Artefactos en Diálogo*, estrategia que se divide en dos momentos: primero, una campaña expectativa por Instagram (red social más influyente del proyecto) y segundo, la realización del evento – conversatorio resumido a modo de relatoría.

### Publicaciones en red social Instagram

**Post #1. Expectativa sobre el evento.** Con esta publicación (figura 8) se reactivó el Instagram del proyecto, anunciando una “sorpresa” para los seguidores e invitándolos a comentar de qué creían que trataría. Su realización, teniendo en cuenta las sugerencias recolectadas en las entrevistas, consistió en la animación cuadro a cuadro de algunos elementos presentes en el libro *Artefactos en Diálogo*.

### Figura 8

*Post #1 expectativa sobre el evento*



Fuente: Autor de la investigación.

**Story #1. Publicación interactiva.** Con esto se pretendió conocer la percepción de los seguidores del proyecto sobre lo que se estaba preparando para ellos; una pieza sencilla en formato

vertical con una caja de preguntas y respuestas (figura 9), permitieron generar cierto nivel de interacción con la audiencia.

### Figura 9

*Story #1 publicación interactiva*



Fuente: Autor de la investigación.

**Post #2 ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde?** Con esta pieza (figura 10) se anunció el evento: Presentación y conversatorio sobre el libro *Artefactos en Diálogo*; así como también la fecha, hora y lugar donde se llevaría a cabo.

### Figura 10

*Post #2 ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde?*



Fuente: Autor de la investigación.

**Story #2. Cuenta regresiva.** Haciendo uso de las herramientas de Instagram, se compartió una cuenta regresiva (figura 11) a falta de 15 días para la presentación del libro, buscando con esto programar a la audiencia para la fecha establecida.

### Figura 11

*Story #2 cuenta regresiva*



Fuente: Autor de la investigación.

**Story #3. Vistazo del libro.** Esta vez, compartiendo una fotografía de una de las páginas del libro (figura 12), se quiso mostrar parte de la gráfica y la estética presente en este, buscando con ello generar interés en la audiencia.

### Figura 12

*Story #3 vistazo libro*



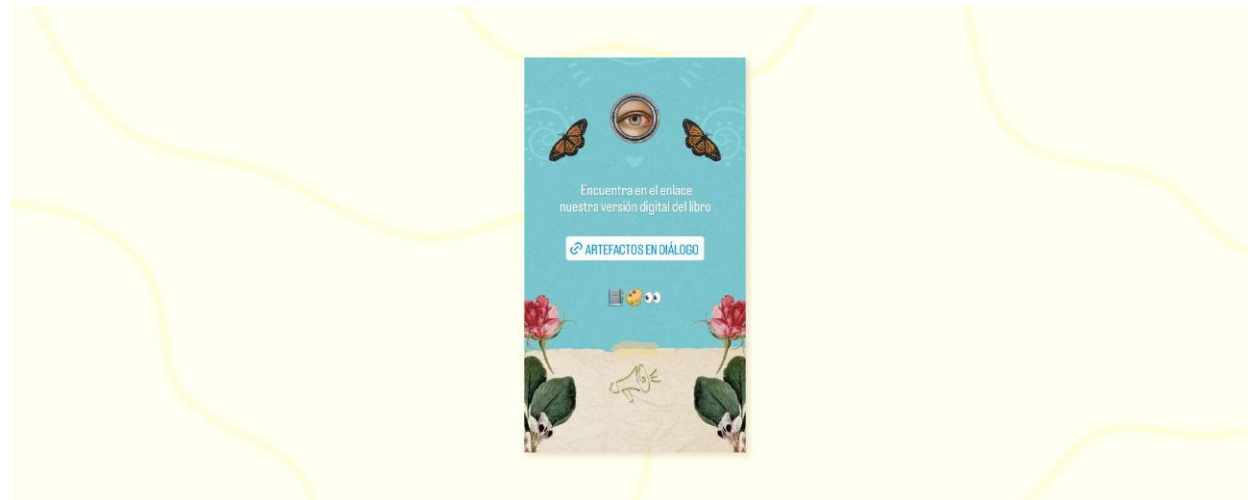
Fuente: Autor de la investigación.



**Story #4. Libro digital.** Estando cada vez más cerca del día del evento, se compartió una imagen con el enlace (figura 13) que dirigía a la versión digital del libro *Artefactos en Diálogo*.

### Figura 13

*Story #4 link libro digital*



Fuente: Autor de la investigación.

**Post #3 ¿Qué hay dentro del libro?** Con el fin de generar aún más interés en los seguidores, se realizó un carrusel con imágenes en movimiento (figura 14), las cuales muestran diferentes secciones y fotografías que componen el libro *Artefactos en Diálogo*.

### Figura 14

*Post #3 vistazo libro*



Fuente: Autor de la investigación.

**Post #4. Booktrailer.** Una vez más, siguiendo las sugerencias recolectadas, se realizó un tráiler (video corto) para el libro *Artefactos en Diálogo* (figura 15), en este se aprecian elementos tipo collage, fragmentos de los 20 artefactos relato y demás recursos presentes en sus páginas.

**Figura 15**

*Post #4 booktrailer*



Fuente: Autor de la investigación.

**Stories #5, #6 y #7. Días que faltan.** A falta de tres días para el evento de presentación, se postean historias (figura 16) anunciando cuántos días faltan (3, 2, 1), esto a manera de recordatorio para los seguidores.

**Figura 16**

*Stories #5, #6 y #7 días que faltan*



Fuente: Autor de la investigación.

**Mailing. Invitación masiva.** Pieza gráfica (figura 17) publicada en Instagram y enviada por correo electrónico a la comunidad educativa de la Universidad de Boyacá un día antes del evento, en esta se encuentran fecha, hora y lugar del encuentro.

**Figura 17**

*Mailing invitación*



Fuente: Autor de la investigación.

**Story #8. ¡Es hoy!** Horas antes del evento, se publica una historia anunciando el final de la cuenta regresiva (figura 18), dando paso a la presentación y conversatorio del libro.

**Figura 18**

*Story #8 ¡es hoy!*



Fuente: Autor de la investigación.

**Story #9. Fotos antes y durante el evento.** Finalmente, se comparten fotografías que muestran diferentes momentos en el desarrollo del evento (figura 19).

### Figura 19

*Story #9 momentos antes y durante el evento*



Fuente: Autor de la investigación.

### Relatoría del conversatorio y presentación del libro

El 16 de noviembre de 2023 a las 3:00 p.m., estudiantes y docentes de la Universidad de Boyacá se reunieron para escuchar, conocer y conversar sobre una de las últimas publicaciones editoriales allí realizadas; se trataba de *Artefactos en Diálogo*, libro producto del proyecto *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander*, el cual guardaba dentro de sus páginas la hoja de ruta trazada y recorrida por sus investigadores. La riqueza gráfica y de contenido del libro (resaltada durante las entrevistas), finalmente llegaba a un espacio para su divulgación; con la puesta en escena organizada, los asistentes esperando en sus asientos, la transmisión en vivo a punto de comenzar y la cuenta regresiva llegando a cero, se dio inicio a su presentación y conversatorio.

Como primer punto en la agenda, Claudia Patricia Guerrero (vicerrectora de investigación), María Leonor Mesa (decana de la facultad) y Camilo Agudelo (director de publicaciones UdB) dirigieron unas palabras de bienvenida a los asistentes. Acto seguido, se presentó a los líderes del proyecto que nos acompañarían a lo largo del conversatorio: Nancy Consuelo Quiroga (diseñadora

gráfica), Carlos Mario Rodríguez (diseñador gráfico), Johann Sebastián Alvarado (maestro en artes plásticas), Luz Mary Castellón (historiadora) y Juliana Sofía Herrera (diseñadora gráfica).

Posteriormente, para activar la conversación entre los invitados, se leyó un pequeño fragmento del libro que decía: “En una reunión virtual, a las siete de la mañana, un grupo de personas desconocidas de los departamentos de Boyacá y Santander comprendimos la necesidad de dialogar sobre los nuevos fenómenos del espacio habitado, y llegamos a la conclusión de que el arte y la creación eran en ese momento la luz que podría guiar un proceso lleno de incertidumbre”, esta lectura dio paso a que los investigadores hablaran acerca de sus primeros encuentros, en donde se conocieron e intercambiaron ideas a partir de las cuales surgieron los dos pilares del proyecto: En primer lugar, la necesidad básica de dialogar y, en segundo lugar, la reinterpretación al concepto de territorio. El porqué de estos términos es sencillo: la situación vivida durante aquellos días empañados por la pandemia (marzo de 2020), llevó a los investigadores a cuestionarse sobre maneras de entablar diálogos y relaciones a distancia; asimismo, la incertidumbre generada en torno al nuevo espacio habitado, producto del confinamiento, los llevó a repensar la concepción que tenían de su territorio.

La segunda pregunta planteada, indagó sobre los procesos de preproducción, producción y postproducción realizados a lo largo del proyecto; en respuesta a ello, los investigadores se refirieron a las posibilidades que surgieron gracias al modelo de investigación – creación seleccionado, por ejemplo, el hecho de volver una y otra vez sobre lo realizado para, a partir de esto, generar más etapas y acciones, es decir, no se trató de un proceso definido y lineal, sino más bien cíclico, experimental e incierto, en donde cada nueva fase era producto de su antecesora. Una de las primeras acciones fueron los ciclos de conversación que, además de configurar un estado del arte en vivo, sirvieron como inspiración y soporte en la elección de los ejes temáticos para los talleres de creación posteriormente diseñados y aplicados. De estos talleres surgieron múltiples insumos (conceptuales y gráficos) que articularon el siguiente paso: la creación de los denominados artefactos – relato, elementos que tuvieron origen gracias a la interacción entre artistas e investigadores, quienes intentaron dar respuesta a la pregunta ¿cómo reflejar en un solo objeto las múltiples expresiones de los participantes en los talleres? Esto dio paso a una reinterpretación y representación artística de los diálogos generados previamente, es decir, en los artefactos – relato convergen experiencias del público participante, los investigadores y los artistas involucrados.

Todo lo conversado hasta este punto permitió poner en contexto a los asistentes, con esto hecho, se planteó la pregunta ¿Qué encontrarán los lectores en las páginas de *Artefactos en Diálogo*? Aquí se conocieron algunos “datos curiosos” del libro, por ejemplo, que las guardas fueron construidas a partir de intervenciones hechas por personas que acudieron a la exposición *Crucemos Palabra*. De igual manera, se resaltaron otras partes como la *bitácora*, que contiene la descripción de las distintas fases desarrolladas; los *antecedentes conceptuales y estéticos* que, en otras palabras, son los fundamentos teóricos que le dieron soporte al proyecto; las *obras en diálogo*, un capítulo dedicado a la compilación de los 20 artefactos – relato, producidos a partir de los resultados de los talleres, en donde cada uno de ellos cuenta con su ficha técnica, descripción, proceso de construcción y fotografías (cabe resaltar que algunas de las obras contienen códigos QR que amplían la experiencia e interacción con el artefacto); finalmente, los *diálogos de cierre*, una sección en la que los investigadores del proyecto escribieron sus experiencias, impresiones y conclusiones. Ahora, en cuando su apariencia y estética, el libro refuerza el concepto del diálogo haciendo uso de recursos gráficos propios del collage pues, para una de sus investigadoras, el diálogo no es otra cosa que la reunión de retazos, historias, personas y demás diversidades que convergen en el libro y que lo convierten en una experiencia visual para sus lectores.

La cuarta pregunta, indagó sobre la “preferencia” de los investigadores hacia algún artefacto – relato en concreto y las respuestas fueron variadas. Por un lado, Carlos Mario mencionó cómo su experiencia dirigiendo el taller *Territorio y Sentidos* lo llevó a entender el territorio de diferentes maneras, dirigiendo su mirada esta vez hacia lo rural; el artefacto – relato producto de este taller fue el *Fanzine Territorios Sensoriales*, el cual tuvo tanta incidencia para el docente, al punto de tomarlo y convertirlo en el pensum de la asignatura *Territorio y Cultura*, donde realizó, junto a sus estudiantes, el *Fanzine Territorios Sensoriales Volumen 2*. Por su parte, Luz Mary se decantó por el catálogo *Invite & Convide Territorio, Cultura, Arte y Cercanía* porque para ella, al tener doble carátula, se rompe con el imaginario de libro y, de manera un tanto metafórica, a través de sus páginas, se encuentran e interactúan los departamentos de Boyacá y Santander. Nancy Quiroga y Sofia Herrera se inclinaron por el artefacto – relato *RESASEM: Amuletos para la catarsis* (el más interactuado y reaccionado según el mapa de experiencia en la exposición) el cual, por medio de la escultura de un árbol tejido, mostró temas delicados como el conflicto y el dolor, además permitió a las investigadoras entender aflicciones ajenas y empatizar con estas. Cerrando esta pregunta, Sebastián Alvarado resaltó el trabajo realizado en torno a los artefactos

*Arqueologías del Rizoma* y *When I see the horizon, I can hear you there*, obras producidas a partir de talleres orientados por él, y que representaron un enriquecimiento tanto conceptual como investigativo en su labor de artista.

Acto seguido, (considerando las sugerencias recolectadas durante las entrevistas de involucrar al público en los procesos de divulgación) se abrió un espacio en donde los asistentes plantearon diferentes preguntas, que permitieron a los investigadores extender sus relatos y experiencias vividas en el desarrollo del proyecto. Aquí algunos puntos abordados:

- Se encontraron más similitudes que diferencias entre los departamentos de Boyacá y Santander; temas como la gastronomía, el color, elementos de la cotidianidad, la percepción entre unos y otros, resultaron tan similares que suprimieron el concepto de frontera, transformando dos territorios en uno solo.

- El diseño gráfico cumplió varias funciones al interior del proyecto, dentro de estas destacan: el hecho de estimular y generar espacios para el diálogo (talleres, conversatorios, gestión de redes sociales), de esta manera, además de comunicar, el diseño invitó a la comunicación. Otro gran aporte fue la transformación, que permitió “materializar” los conceptos e ideas propuestas por los investigadores; además, se destacó su capacidad multidisciplinar, ya que consiguió trabajar conjuntamente con profesionales en arte, historia y antropología.

- La relación entre arte y diseño generó debate, pues, aunque evidentemente un diseñador no es artista ni un artista es diseñador, ambos profesionales se valen de recursos retóricos, conceptuales e históricos para, a partir de ellos, crear. Sin embargo, divergen en su finalidad, es decir, mientras los productos de diseño deben permitir una lectura concreta, rápida, sintética y funcional; las obras artísticas, en ocasiones, resultan complejas y ambiguas en su interpretación. Pese a ello, ambas profesiones dialogaron y se complementaron a lo largo del proyecto.

- Durante la realización del libro, se pensaron diferentes maneras en las que los lectores pudieran interactuar con este, por ejemplo, la portada contiene elementos impresos que involucran el tacto y, en su interior, los textos, gráficos y códigos QR dan lugar a una lectura poética e interactiva.

El encuentro finalizó con palabras de agradecimiento por parte de los investigadores, quienes reiteraron el poder del trabajo creativo, colaborativo y multidisciplinar. Aplausos, fotografías, firma de libros y un café compartido concluyeron la tarde de tertulia, conversatorio y presentación del libro *Artefactos en Diálogo*.

## Medición de la propuesta

Siendo la apropiación social del conocimiento el objetivo al cual le apuntaron las diferentes estrategias proyectadas, su medición debía considerar dos momentos clave; primero, previo a la aplicación, para entender el conocimiento de la audiencia sobre el tema a tratar y segundo, posterior a la aplicación, para evidenciar la apropiación de la información divulgada. A continuación, se presenta la propuesta elaborada para medición de la estrategia implementada.

### Medición del evento (conversatorio) para la presentación del libro

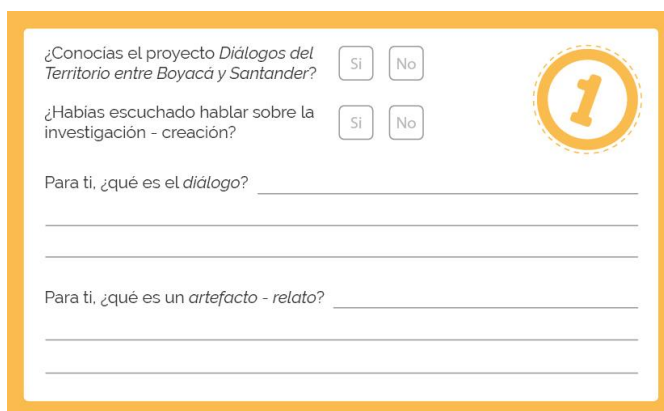
Durante el conversatorio realizado, se aplicaron dos instrumentos que indagaron, en un primer momento (pretest), por el conocimiento previo de los asistentes sobre el proyecto *Diálogos del Territorio* y, en segunda instancia (postest), por la apropiación del conocimiento generado a partir de la estrategia de divulgación realizada.

Los instrumentos fueron diseñados, impresos y entregados en un sobre a 10 voluntarios del público, dentro de los cuales se incluyeron docentes y estudiantes de la Universidad de Boyacá. El mencionado sobre fue depositado en una urna cuando concluyó la actividad. A continuación, su descripción y análisis.

#### *Pretest*

### Figura 20

#### *Ficha pretest*



¿Conocías el proyecto *Diálogos del Territorio* entre Boyacá y Santander?  Si  No

¿Habías escuchado hablar sobre la investigación - creación?  Si  No

Para ti, ¿qué es el diálogo? \_\_\_\_\_


\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Para ti, ¿qué es un artefacto - relato? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



Fuente: Autor de la investigación.

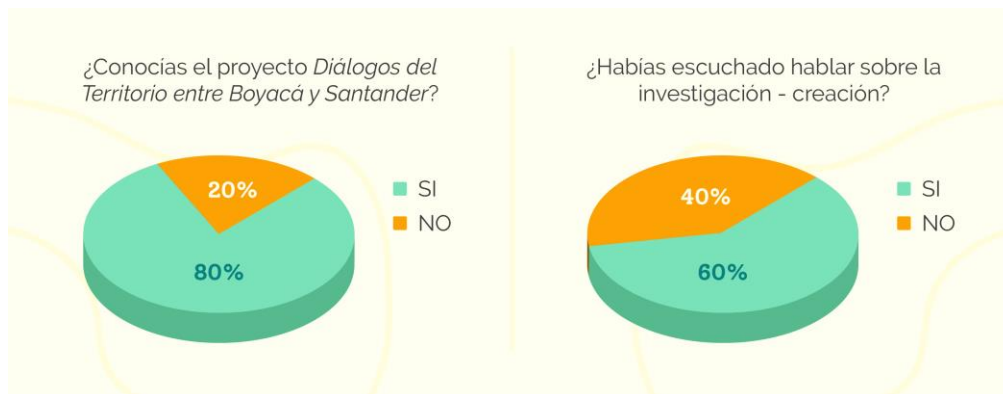


Antes de iniciar el conversatorio, se pidió a una muestra del público que respondiera cuatro preguntas (figura 20) que indagaron por: el conocimiento del proyecto, la metodología de investigación – creación y los conceptos de diálogo y artefacto – relato, buscando con ello establecer un estado gnoseológico previo a la implementación de la estrategia.

Las primeras dos preguntas (figura 21) arrojaron resultados positivos, pues en ambas ocasiones más del 60% de los encuestados ya tenían nociones sobre el proyecto Diálogos del Territorio y sobre la metodología de investigación – creación. Cabe aclarar que, una vez concluido el conversatorio, el 100% de la audiencia terminaría informada sobre estos temas.

### Figura 21

*Resultados preguntas #1 y #2*



Fuente: Elaboración propia, basado en las respuestas de los asistentes al evento de divulgación.

En la tercera pregunta, la mayoría de encuestados asociaron el diálogo a conceptos como intercambio, conversación, comunicación y compartir (figura 22). Estos términos, relacionados estrechamente con la interacción humana, aluden a la idea de transmitir y recibir información en cualquiera de sus formas (historias, ideas, experiencias, conocimientos, saberes, anécdotas, sentimientos u opiniones).

**Figura 22**

*Resultados preguntas #3*

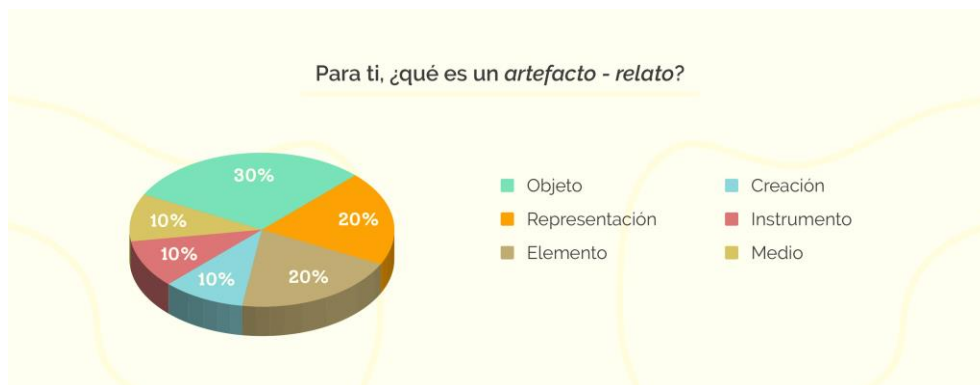


Fuente: Elaboración propia, basado en las respuestas de los asistentes al evento de divulgación.

Para la cuarta pregunta, teniendo en cuenta el capítulo “los nombres del diseño” del libro de Fernando Martín Juez Contribuciones para una antropología del diseño (1999), elementos, representaciones, instrumentos, creaciones y objetos son diferentes maneras de referirse a algo común: Diseños. En ese sentido, las personas que respondieron a esta cuestión (figura 23) entienden el concepto de artefacto - relato como aquel diseño que cuenta, relata y conceptualiza una historia con alta carga significativa que invita a una reflexión.

**Figura 23**

*Resultados preguntas #4*



Fuente: Elaboración propia, basado en las respuestas de los asistentes al evento de divulgación.

De esta manera queda establecido el estado gnoseológico previo a la implementación de la estrategia de divulgación.

*Postest*

**Figura 24**

*Ficha postest*

¿Qué aprendiste? ¿Cómo te pareció la dinámica?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Tienes sugerencias o recomendaciones? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Fuente: autor de la investigación.

Una vez finalizado el conversatorio, la misma muestra inicial del público respondió a las preguntas aquí planteadas (figura 24) las cuales buscaron, primero, conocer el aprendizaje y la apropiación obtenida por los asistentes y, segundo, recolectar sugerencias que permitieran mejorar dinámicas o estrategias similares en un futuro.

Debido a la variedad de respuestas, la primera pregunta se sistematizó en la siguiente tabla:

**Tabla 10**

*Aprendizaje tras la estrategia*

<b>Respuesta</b>	<b>Palabras clave</b>	<b>Denota nuevo aprendizaje Si / No</b>
Me pareció interesante como es que nace esta investigación de territorios después de la pandemia o en el desarrollo de esta misma, mediante los análisis se va conociendo que en aquel territorio se ve más allá de lo común, sino que se pueden hallar emociones en este mismo	Territorio Investigación	Si
El Diálogo como agente de investigación es un elemento que ha pasado desapercibido, sin embargo, al explorarlo revela su gran potencial y la gran herramienta que es para	Diálogo Investigación Herramienta	Si

<b>Respuesta</b>	<b>Palabras clave</b>	<b>Denota nuevo aprendizaje Si / No</b>
el desarrollo del conocimiento.	Conocimiento	
La importancia del diálogo, el intercambio de saberes, cómo se investiga y se encuentra información importante a través de un artefacto novedoso. Motiva a realizar investigación de una forma divertida y aportar a mejorar la sociedad.	Diálogo Intercambio Motivación Investigación	Si
Como el concepto de territorio puede transformarse de acuerdo a diversos factores como el espacio físico y temporal. También como por medio de un artefacto se puede llegar a comunicar sin necesidad de ser literal.	Territorio Transformación artefacto	Si
El aprendizaje fue desde esa manera en que tomaron una situación un poco caótica como fue la pandemia, para generar nuevas investigaciones, y como a partir de esto, se le da un significado más profundo al “territorio”, dejando de ser simplemente un lugar, para ser un espacio de cocreación e intercambio de saberes desde el diseño y desde el arte de dialogar.	Investigación Territorio Cocreación Diseño Arte Diálogo	Si
Fue una dinámica bastante interesante y poco común, algo un poco más refrescante a lo que se tiene acostumbrado.	---	No
Bastante interesante, sin embargo, debieron presentar imágenes de apoyo para captar mayor la atención. Todo lo relacionado a la experiencia fue genial.	---	No
El tiempo que estuve fue de mucho provecho, es un tema amplio y de gran interés.	---	No
Fue interesante escuchar la construcción y el proceso creativo que llevó a la creación del libro.	Proceso Libro	Si
Aprendí que los niveles de sensibilidad tienen que ver con el conocimiento de nosotros mismos y de la escucha.	Sensibilidad Conocimiento	Si

Fuente: Elaboración propia, basado en las respuestas de los asistentes al evento de divulgación.

Tras el conversatorio, se evidencia cómo se amplió el significado de diálogo, llegando incluso a ser catalogado como un arte, una herramienta para el desarrollo del conocimiento y un agente importante en los procesos de investigación. De igual manera, se resaltaron las características de comunicación alcanzadas por los artefactos – relato y cómo estos fueron capaces

de representar íntegra, novedosamente y de manera no literal el trasegar del proyecto. Con respuestas como “el diálogo como agente de investigación es un elemento que ha pasado desapercibido, sin embargo, al explorarlo revela su gran potencial y la gran herramienta que es para el desarrollo del conocimiento.” Se denota un nuevo aprendizaje.

Otro tema mencionado con frecuencia fue el de territorio, concepto que destacó por su capacidad de transformación y profundo significado, dejando de ser simplemente un lugar para convertirse en un espacio de co creación e intercambio de saberes; un espacio cargado de emociones y sensaciones que generan nuevas experiencias, nuevos diálogos.

Finalmente, haber divulgado y conversado sobre el proceso del proyecto, generó en los asistentes cierta motivación e interés por la metodología empleada y el enfoque social, rompiendo de esta manera un poco con el imaginario negativo asociado a la investigación presentado en la introducción de este trabajo.

En general, se observa un alto nivel de apropiación respecto a los diferentes conocimientos divulgados, esto evidenciado, por ejemplo, en las nuevas perspectivas hacia conceptos como diálogo, territorio e investigación.

Las respuestas a la segunda pregunta se encuentran sistematizadas a manera de tabla:

**Tabla 11**

*Recomendaciones – sugerencias tras la estrategia*

<b>Respuesta</b>	<b>¿Positiva o negativa?</b>
Cada una de las acciones ocurridas en el conversatorio fueron las más apropiadas para dar a conocer cada uno de los saberes adquiridos en sus investigaciones.	Positiva
No tengo una recomendación en particular, pero si quiero felicitarlos por su trabajo exhaustivo en este proyecto.	Positiva
Más proyectos de este tipo, se aprende demasiado y nutre el proceso formativo.	Positiva
El desarrollo del proyecto fue desarrollado de una forma admirable, solo cabe destacar el trabajo realizado.	Positiva
Mas que sugerencia es un agradecimiento por haber realizado este conversatorio en el cual se compartió el conocimiento acerca de nuevo lanzamiento de artefactos.	Positiva
Muchas más invitaciones como esta!	Positiva

<b>Respuesta</b>	<b>¿Positiva o negativa?</b>
Sigán haciendo estos espacios, son muy bonitos.	Positiva
A pesar de que fuera un conversatorio, faltó un apoyo visual que presentara todo el proceso y demás.	Negativa
Realmente no, fue algo completamente satisfactorio.	Positiva

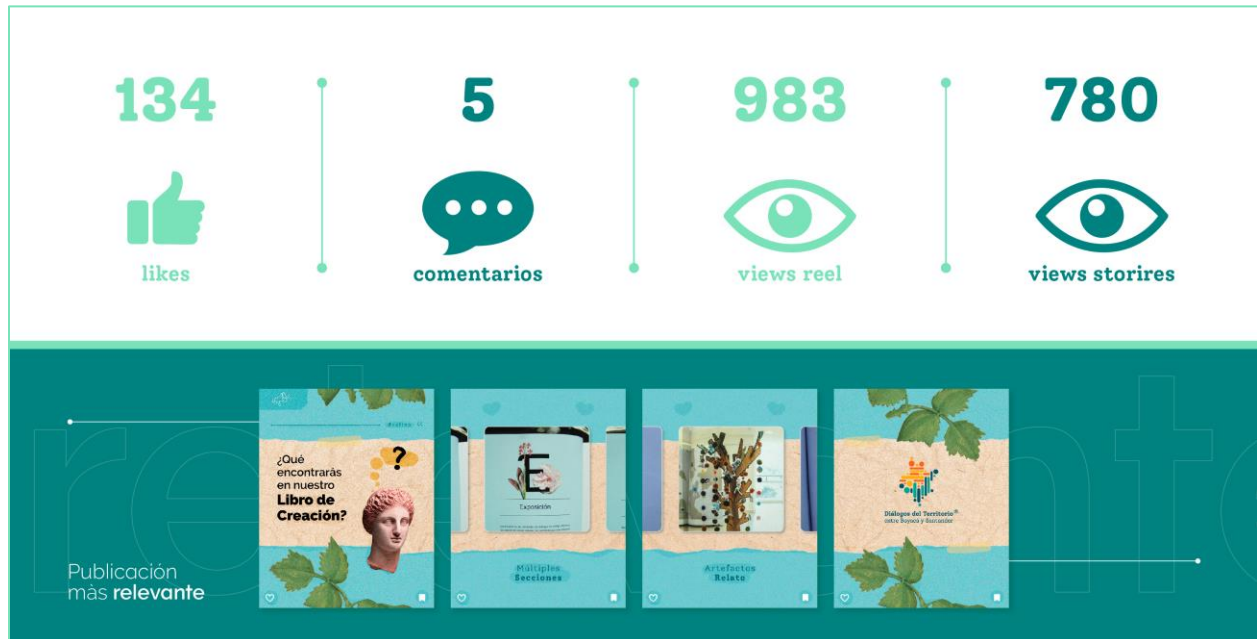
Fuente: Elaboración propia, basado en las respuestas de los asistentes al evento de divulgación.

En este caso, se extendieron numerosas palabras de agradecimiento y admiración tanto por la ruta creativa del proyecto, como por el espacio de divulgación gestionado, lo cual puede traducirse en una buena y positiva recepción por parte del público hacia eventos donde se encuentra y comparte conocimiento.

De igual manera, se expresaron deseos por seguir asistiendo a reuniones de este tipo (con dinámicas interesantes y poco frecuentes), pero esta vez con un mayor número de recursos visuales que apoyen la información expuesta y contribuyan a captar aún más la atención de los asistentes. Es decir que, un punto débil detectado a lo largo del conversatorio, fue la falta de apoyo visual que reforzara los temas tratados.

### **Medición de la campaña en Instagram para la presentación del libro**

Para evaluar de manera cuantitativa el impacto generado en Instagram tras la publicación de las diferentes piezas gráficas mencionadas en el capítulo anterior, se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos: cantidad de likes, comentarios y número de visualizaciones (en el caso de las stories y el reel). A continuación, los resultados y un breve análisis:

**Figura 25***Resultados Instagram*

Fuente: Elaboración propia con base en las estadísticas de Instagram.

Los datos presentados anteriormente, ofrecen una perspectiva en cuanto al rendimiento del contenido publicado y la interacción de la audiencia con este. Por un lado, la cantidad de likes y comentarios indican un nivel aceptable de aprobación e interés por parte de los seguidores; mientras que, el número de visualizaciones, proporciona información sobre cuántos usuarios de Instagram se vieron expuestos al mensaje, es decir, el alcance que tuvo la campaña.

## Conclusiones

Tras un largo recorrido, el proyecto *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander* dejó múltiples aportes de índole académica, creativa e investigativa que sin duda se convertirán en referentes, pues tanto la metodología empleada como las diferentes producciones elaboradas, hicieron eco en varias universidades, ciudades y departamentos. El poder del trabajo mancomunado y colaborativo reflejado en resultados como una exposición itinerante, un libro y una aplicación móvil, mereció anexar como fase final el desarrollo de una estrategia que apuntara a la divulgación de sus resultados.

La teoría consultada, permitió comprender la importancia de la divulgación de los resultados de cualquier investigación, pues gracias a esta el conocimiento consigue llegar a la sociedad, donde una vez comprendido y apropiado, dicho conocimiento se transforma para ser utilizado en beneficio del progreso común, inspirando y generando así nuevos proyectos.

Por otro lado, los referentes encontrados mostraron la estrecha relación que existe entre el diseño gráfico y la investigación ya que, con el desarrollo de productos o servicios de diseño, muchas investigaciones han logrado hacer visibles, o bien su proceso, o bien sus resultados y hallazgos. Esto quiere decir que el profesional en diseño gráfico está capacitado para trabajar en conjunto con múltiples disciplinas, apoyando procesos de información, visibilización, divulgación o difusión mediante la aplicación de sus conocimientos de manera estratégica y planificada, buscando siempre la manera más óptima de comunicar con claridad.

Una vez estructurado el presente proyecto, el diseño e implementación de instrumentos como la entrevista y el mapa de experiencia permitieron conocer diferentes perspectivas que, una vez sistematizadas y analizadas, configuraron la proyección de estrategias que respondieron a necesidades reales, destacando de esta manera el uso de instrumentos participativos que permitan indagar sobre el contexto, aquello que rodea al objeto de estudio.

Cada una de las fases mencionadas anteriormente, dieron lugar a la estrategia más adecuada para exponer los resultados del proyecto *Diálogos del Territorio*, estrategia finalmente enfocada a la divulgación del libro *Artefactos en Diálogo* que contempló en su desarrollo dos puntos importantes: primero, una campaña expectativa en la red social Instagram y segundo, la realización de un evento para su presentación a manera de conversatorio. En el primer caso, al hacer uso de diferentes formatos (video, imagen, fotografía), se captó la atención del público, generando interés



e interacción cuantificable con base a la cantidad de likes, comentarios, reacciones y visualizaciones. De esta manera, las redes sociales emergen como un aliado al momento de divulgar los resultados de una investigación, pues su fácil acceso e inmediatez contribuyen a la democratización, flujo, acceso y uso del conocimiento, que podría llegar a derivar en una apropiación de este; además, posibilitan la creación de una comunidad virtual.

En el segundo caso, la gestión del evento para la presentación del libro, llevada a cabo en la Universidad de Boyacá, permitió generar un conversatorio en el que los invitados abordaron temas que facilitaron la comprensión general del proyecto *Diálogos del Territorio*, dando a conocer al grupo de jóvenes universitarios presentes la inspiración, hoja de ruta, metodología, fases, anécdotas y, en general, todo el proceso que derivó en el diseño del libro *Artefactos en Diálogo*. La modalidad de conversatorio también permitió involucrar a los asistentes en la dinámica mediante una sección de preguntas, atendiendo así a la idea de hacer al público, además de espectador, partícipe y protagonista en la divulgación. Para evidenciar el impacto producto del evento, fue necesaria la aplicación de un testeo previo que configurara un estado de conocimiento inicial y un testeo posterior con el que se pudiera medir la apropiación alcanzada. Este contraste de conocimientos fue esencial, ya que sin este hubiéramos carecido de nociones sobre la eficacia de la propuesta.

Así las cosas, la investigación deja ver la importancia de generar estrategias de divulgación que permitan llevar a la sociedad el conocimiento resultante de cualquier proyecto, pues si este se deja simplemente almacenado no cumpliría ninguna función. Ahora bien, en los procesos de divulgación siempre debería entrar en escena un diseñador, debido a que este profesional, capacitado para la resolución de problemas y el pensamiento estratégico y creativo, contribuiría enormemente en la configuración de acciones (o productos) con la característica principal de comunicar asertivamente. Tampoco se debe dejar de lado el hecho de diseñar instrumentos que permitan la recolección de información primaria, pues estos insumos resultan importantes para comprender el contexto del objeto de estudio, permitiéndonos actuar en consecuencia. Finalmente, se deben incluir herramientas de medición que permitan al investigador comprobar el grado de efectividad de la propuesta, estableciendo un estado de conocimiento inicial y posterior, de tal manera que, al contrastarlos, se evidencie algún grado de apropiación o aprendizaje.

### Recomendaciones

En el capítulo denominado “Diseño de la Propuesta”, se mencionaron las diferentes estrategias propuestas para la divulgación de los resultados del proyecto *Diálogos del Territorio*, en vista de que tres de ellas llegaron hasta su fase proyectiva, en esta última sección se brindará una breve descripción para aquellos que deseen desarrollarlas.

En primer lugar, se propuso la creación de una maleta viajera que permita llevar a diferentes instituciones educativas del departamento de Boyacá, insumos para la realización de nuevos talleres, teniendo como participantes a docentes y estudiantes de educación media y básica; posicionando de esta manera los talleres como instrumentos pedagógicos que faciliten la creación e interacción entre sus participantes.

En segundo lugar, se planteó el desarrollo de un producto de diseño que permita difundir en comunidades especializadas de docentes, investigadores, diseñadores y creativos el proceso que se generó a lo largo del proyecto, dando a conocer la metodología empleada, de tal manera que se convierta en referente o inspiración para futuras investigaciones.

En tercer lugar, se encuentra la creación de un club de lectura enfocado en la socialización de textos que aborden temas referentes al diálogo y al territorio, con la finalidad de ampliar la narrativa inicial del proyecto. Se sugiere su realización mediante sesiones en vivo por redes sociales, teniendo como público objetivo a jóvenes estudiantes.

Las anteriores propuestas se idearon teniendo en cuenta los datos recolectados a lo largo de la investigación, la manera en la que sean ejecutadas puede variar dependiendo la persona que desee retomarlas.

Finalmente, se recomienda la escogencia de una metodología integrativa para la realización de futuras estrategias de divulgación, pues esta, dentro de sus fases, contempla la intervención del investigador para cambiar o mejorar una situación, en otras palabras, la puesta en marcha de diseños, prototipos, programas y demás acciones que contribuyan a solventar un problema, en este caso particular, de comunicación.

El presente estudio, así como permitió ampliar la narrativa del proyecto *Diálogos del Territorio entre Boyacá y Santander*, puede tomarse como modelo aplicable a cualquier otro proyecto que desee divulgar sus resultados y contribuir a la apropiación social del conocimiento.

### Referencias

- Bolaños, A., Santel, J., Acuña, M., González, N., y Vázquez, T. (2018). Los métodos de diseño en la divulgación científica: una comparativa y propuesta para el cartel científico. *Revista Interiorgráfico de la División de Arquitectura, Arte y Diseño de la Universidad de Guanajuato*, 18, 1-13.  
[https://www.academia.edu/44638207/Los\\_m%C3%A9todos\\_de\\_dise%C3%B1o\\_en\\_la\\_divulgaci%C3%B3n\\_cient%C3%ADfica\\_una\\_comparativa\\_y\\_propuesta\\_para\\_el\\_cartel\\_cient%C3%ADfico?auto=citations&from=cover\\_page](https://www.academia.edu/44638207/Los_m%C3%A9todos_de_dise%C3%B1o_en_la_divulgaci%C3%B3n_cient%C3%ADfica_una_comparativa_y_propuesta_para_el_cartel_cient%C3%ADfico?auto=citations&from=cover_page)
- Caballero, A. J., y Ponce, C. O. (2020). Narrativas transmediáticas en la apropiación social del conocimiento. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), 357-372.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7603043>
- Centelles Pastor, J. (2015). El cesto de Caperucita. Una exposición creativa que relaciona alimentación y literatura infantil.  
[https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:8Y42v40pN3YJ:scholar.google.com/+exposiciones+creativas&hl=es&as\\_sdt=0,5](https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:8Y42v40pN3YJ:scholar.google.com/+exposiciones+creativas&hl=es&as_sdt=0,5)
- Colciencias. (2010). *Estrategia Nacional de Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación*. [https://minciencias.gov.co/sites/default/files/ckeditor\\_files/estrategia-nacional-apropiacion-social.pdf](https://minciencias.gov.co/sites/default/files/ckeditor_files/estrategia-nacional-apropiacion-social.pdf)
- Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. *Gráfica*, 2(4), 89-107.  
<https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v2-n4-costa/pdf>
- CRAI - Universidad del Rosario. (2020, 26 de noviembre). *EUREKA! Una experiencia de divulgación desde la creatividad, visualidad e interdisciplina* [Vídeo]. Youtube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=2rzZWrExEFY&t=241s>
- Espinosa, V. (2010). Difusión y divulgación de la investigación científica. *Idesia (Arica)*, 28(3), 5-6.  
[https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34292010000300001&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34292010000300001&script=sci_arttext)
- Eureka. (s.f.). *Conferencia "Pensar fuera de la caja" en el evento Protagonistas 2030. Desafíos del futuro*. [Fotografía]. <https://eureka.uautonoma.cl/presentaciones/protagonistas-2030/>
- Fundora, Y. S., y García, Y. R. (2021). La divulgación científica: una herramienta eficaz en centros de investigación. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 7, 105-108.

- <http://revistas.bnjm.cu/index.php/BAI/article/view/315/323>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., y Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Jaillier C., Érika., Carmona Hoyos, Y., y Suárez Díaz, L. (2015). Los retos de la comunicación en la apropiación social del conocimiento, en algunas experiencias significativas de innovación social en Medellín. *Comunicación*, (32), 39–54. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/2352>
- Martin Juárez, F. (1999). *"Contribución para una antropología del diseño"*. (Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México). <https://repositorio.unam.mx/contenidos/95492>
- Minervini, M. A. (2005). La infografía como recurso didáctico. *Revista Latina de Comunicación Social*, 8(59). <https://www.redalyc.org/pdf/819/81985906.pdf>
- Mousalli-Kayat, G. (2015). *Métodos y diseños de investigación cuantitativa*. [https://www.researchgate.net/profile/Gloria-Mousalli/publication/303895876\\_Metodos\\_y\\_Disenos\\_de\\_Investigacion\\_Cuantitativa/links/575b200a08ae414b8e4677f3/Metodos-y-Disenos-de-Investigacion-Cuantitativa.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Gloria-Mousalli/publication/303895876_Metodos_y_Disenos_de_Investigacion_Cuantitativa/links/575b200a08ae414b8e4677f3/Metodos-y-Disenos-de-Investigacion-Cuantitativa.pdf)
- Hurtado de Barrera, J. (2000). *Metodología de la Investigación Holística*. (3<sup>ra</sup> ed.). Fundación Sypal. <https://ayudacontextos.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>
- Manjarrés, M. (2007). La investigación como estrategia pedagógica del programa ondas de Colciencias. [reunión]. *X Reunión de la Red de Popularización de la Ciencia y la Tecnología en América Latina y el Caribe (RED POP-UNESCO) y IV Taller “Ciencia, Comunicación y Sociedad”*. San José, Costa Rica. [https://redp1.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/09/la\\_iep11.pdf](https://redp1.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/09/la_iep11.pdf)
- Müller, B. (2017, 22 de octubre). *Bringing Design to Science: Science can benefit more from design than design from science*. <https://borism.medium.com/bringing-design-to-science-3fa653f2c149>
- Ramírez Martínez, D, Martínez Ruiz, L. y Castellanos Domínguez, Ó. (2012). *Divulgación y difusión del conocimiento: las revistas científicas*. Universidad Nacional de Colombia.

- <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/11038>
- Reinoso Cabrera, M. P. (2015). *Producción del documental de divulgación científica” Diseño, construcción e implementación de una prótesis biomecánica de mano derecha”* (Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana).  
<https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/8728>
- Rodríguez, C. (2020, 10 de agosto). *Diálogos del territorio entre Boyacá y Santander (Co-creación: Estéticas, saberes y patrimonio)* [Vídeo]. Youtube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=VF0Ef0C-29c>
- Pilla, E. (2020). *El diseño multimedia y la divulgación científica en jóvenes de 15 a 18 de la ciudad de Ambato* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato).  
<http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/30930>
- Sánchez, M. C. (2004). *Guía para la formulación de proyectos de investigación*. Coop. Editorial Magisterio.
- Salazar, A y Barreto, J. (s.f.). *Relatoría: Características y principales diferencias con otros textos académicos*. <https://celee.uao.edu.co/relatoria-caracteristicas-principales-diferencias-otros-textos-academicos/>
- Selelé Plataforma Cultural. (s.f.). *Cartografía sonora*. [Ilustración].  
<https://www.selelecultura.com/bogota/>
- Selelé Plataforma Cultural. (s.f.). *Selelé plataforma cultural*.  
<https://www.selelecultura.com/about/>
- Valero Sancho, J. L. (2014). La visualización de datos. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 25, 1-14. <https://idus.us.es/handle/11441/66886>