

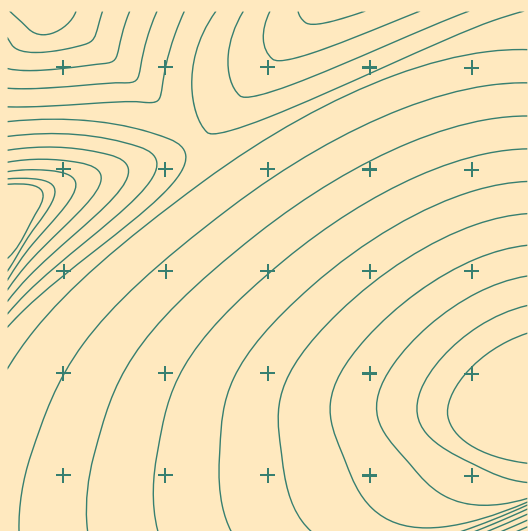


CAPÍTULO V

"LA IMAGEN QUE SOMOS": ESTRATEGIA DE APROPIACIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO SOBRE LA TELEVISIÓN DIGITAL SOÑADA

Por: Johanna García Ruiz

ca
nales



Introducción

El presente capítulo relata la experiencia del proyecto CANALES frente a su estrategia de apropiación social del conocimiento denominada “La imagen que somos”, que resultó ser uno de los resultados más relevantes del proyecto, debido al impacto tangible e intangible que tuvo en la comunidad, al enriquecer el proceso de generación de conocimiento, mediante su participación activa en la producción de contenidos.

Esta experimentación, en la cual la población estudiada participa en un taller de producción audiovisual para, posteriormente, convertirse en productora de contenidos, condujo a la creación de una serie documental de 19 capítulos que fue exhibida en las comunidades y presentada en un evento especial frente a la comunidad académica.

“La imagen que somos” surgió como una estrategia que integró y vinculó a las poblaciones estudiadas de manera directa en la investigación, con un proceso de cocreación. Concebida y desarrollada íntegramente por el proyecto, esta práctica se erige como un modelo innovador y exclusivo, diseñado con el propósito de alinear las actividades investigativas con las directrices promulgadas por Minciencias (2021), en relación con la Apropiación Social del Conocimiento.

La estrategia se centró no solo en avanzar

las fronteras del conocimiento a través de la investigación-creación, sino también en establecer un vínculo directo y beneficioso con las poblaciones objeto de estudio. A través de “La imagen que somos”, el proyecto buscó trascender el tradicional rol de los sujetos de investigación como meros objetos de estudio, para convertirlos en participantes activos y beneficiarios de los procesos de conocimiento.

De esta manera, se propuso un proceso integral que abarcó el reconocimiento, la formación, la creación y la socialización de contenidos, involucrando una amplia gama de actores comunitarios en los territorios de estudio. Enfocada en el acceso ciudadano a la televisión y al internet y al prosumo audiovisual, la estrategia buscó evidenciar, a través de un proceso práctico, cómo los miembros de la comunidad comprenden y gestionan su acceso a contenidos audiovisuales. Así, el desarrollo de esta estrategia de apropiación social del conocimiento no solo implicó la participación de la comunidad en el proceso investigativo, sino que, además, les brindó la oportunidad a los participantes de convertirse en prosumidores.

En este orden de ideas, “La imagen que somos” confluye en una serie documental construida a partir del ejercicio práctico que realizó la comunidad participante de los 17 municipios estudiados. En cada municipio, se aprovechó el grupo de personas participante del grupo focal, para ofrecerle una serie de charlas sobre producción audiovisual; actividad en la

que los invitados se involucraron activamente con la producción de contenidos, a través de un taller audiovisual. Este ejercicio práctico permitió a los habitantes asumir roles como directores, camarógrafos, sonidistas, periodistas y entrevistados, entre otros.

El material obtenido en campo, como producto de este ejercicio de producción, resultó sumamente valioso para la investigación, porque las poblaciones se involucraron en el proceso y comprendieron ciertas dinámicas relacionadas con la producción audiovisual, mientras respondían al estudio de percepción de consumo televisivo. Este enfoque innovador fortaleció los lazos entre la investigación y las comunidades, lo que permitió un intercambio bidireccional de conocimientos y experiencias; enriqueció significativamente los resultados obtenidos, y contribuyó al empoderamiento y participación de las poblaciones estudiadas.

El proceso de Apropiación Social del Conocimiento llevado a cabo en el proyecto Canales contó con la participación activa de aproximadamente 200 personas. La serie documental resultante de esta experiencia se encuentra disponible en la plataforma del proyecto, y se caracteriza por su enfoque centrado en la comunidad, donde cada capítulo presenta a un protagonista que se narra y narra su comunidad, haciendo énfasis en la temática de la investigación. Mientras tanto, de manera paralela, los otros partícipes del taller se ven operando las cámaras, desarrollando diferentes

roles en la producción audiovisual y apareciendo frente a la cámara para hablar de “la televisión que sueñan”.

Posteriormente, y tras un proceso de análisis de la información cualitativa y cuantitativa ya explicada en capítulos anteriores, los episodios de “La imagen que somos” fueron exhibidos, como parte de un proceso reflexivo de cierre, en cinco municipios: Lloró, Chocó; Montecristo, Bolívar; Totoró, Cauca; San Zenón, Magdalena y La Pedrera, Amazonas. En ese momento culminante, que se denominó “Festival audiovisual La imagen que somos”, los protagonistas tuvieron la oportunidad de verse reflejados en pantalla, un aspecto que responde a una de sus aspiraciones como prosumidores.

Durante el festival, mientras se veían como protagonistas, las personas reflexionaron sobre su experiencia en producción. Además, conocieron las percepciones de sus pares de otros municipios de Colombia, cuestión que enriqueció aún más el proceso de apropiación y construcción de conocimiento.

Para comprender cada una de las fases de la estrategia, a continuación se presenta el diseño y desarrollo del proceso:

Diseño de la estrategia

Como es sabido, la apropiación social del conocimiento se concibe como un proceso que busca democratizar el conocimiento científico, así como promover el intercambio de saberes

tradicionales y culturales entre diferentes grupos sociales. Para diseñar esta estrategia de creación, se partió de la definición de *apropiación social del conocimiento* de Minciencias (2021), en la que se enfatiza el diálogo y el intercambio de saberes entre ciudadanos, para transformar realidades y generar bienestar social:

Para que sucedan los procesos de intercambio, de exploración y de innovación es fundamental la lectura que se haga del contexto; la participación de todos los actores que deban intervenir; y el diálogo en condiciones de confianza, de reconocimiento de las experiencias y formas de ver el mundo de otros. Todo esto resulta vital para generar transformaciones permanentes de las maneras en que se establecen las relaciones con el territorio —con quienes habitan en él— y las formas de comunicar y gestionar las necesidades y situaciones que se presentan. (p. 21)

La Apropiación Social del Conocimiento representa, entonces, los procesos que contribuyen a la democratización del conocimiento científico y tecnológico, en este caso. Estas apreciaciones expedidas por Minciencias (2021) se complementan con las de Gómez Mont (2020), quien indica que la apropiación posee varios niveles:

- a) el acceso a la información, al dato simple y escueto que circula por nuestras manos; b) la comprensión y

correcta contextualización de cada dato que llega hasta nosotros; c) la reacción o construcción de una visión crítica ante el dato que se presenta ,y d) la posibilidad de compartirlo a través de redes sociales o redes digitales con el objeto de darle vida y renovarlo. (p. 59)

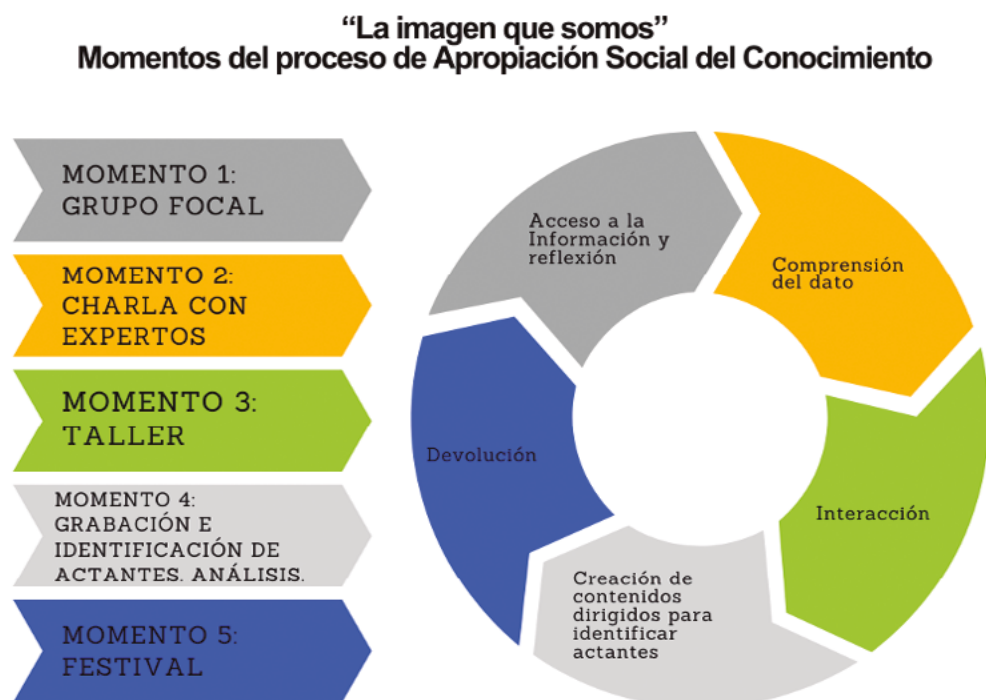
A partir de las reflexiones de los investigadores del proyecto sobre la necesidad de aplicar esta modalidad en las investigaciones de las ciencias sociales y, en particular, en la que se estaba desarrollando, surgió la necesidad de fortalecer la experiencia como uno de los principales resultados del proyecto, porque, en definitiva, no se debe hablar solo de la apropiación de una tecnología, sino de la apropiación del conocimiento.

Fue así como se determinó que en el contexto del proyecto Canales, esta estrategia permitiera que las comunidades locales no solo fueran receptoras pasivas de información, sino que participaran activamente en la generación y producción de conocimiento a través de la creación de la serie documental. Esto implicaba un ejercicio interpretativo y reflexivo por parte de los participantes, quienes contribuirían con su experiencia y perspectiva local, beneficiándose, además, del intercambio de conocimientos con expertos en el área audiovisual.

Fue de esta manera que nació la estrategia de Apropiación Social del Conocimiento de Canales, que se desarrolló en cinco fases o momentos, como se aprecia en la figura 1:

Figura 1.

Momentos del proceso de apropiación social del conocimiento



El primer momento de la estrategia de Apropiación Social del Conocimiento se adhirió al grupo focal del proyecto, explicado en el capítulo anterior, en el cual se rastrearon las percepciones de las personas participantes en relación con las variables acceso, uso y consumo, que también se indagaron en la encuesta. La aplicación de este instrumento fue crucial para la estrategia, ya que permitió verificar cómo el contexto sociocultural, económico y educativo influyó en las formas en que las comunidades acceden, utilizan y consumen internet en comparación con los medios tradicionales, como la televisión.

Al terminar el grupo focal se dio paso al momento número dos: la charla con expertos en realización audiovisual, un conversatorio sobre conceptos básicos de producción que incluyó tutoriales previamente creados y producidos para el público de las 17 comunidades visitadas. Incluir esta charla como una de las etapas de la producción de la serie documental fue crucial porque, en su mayoría, los participantes no tenían experiencia previa en producción audiovisual, debido a su entorno apartado y el limitado acceso a la tecnología.

La charla brindó a los participantes una introducción fundamental a los conceptos básicos de producción audiovisual, lo que les permitió nivelar sus conocimientos y habilidades con aquellos que pueden tener más experiencia en entornos más urbanos

o tecnológicamente avanzados. Asimismo, dado el limitado acceso a la tecnología en estos municipios, la capacitación ayudó a los asistentes a comprender cómo utilizar, de manera efectiva, los recursos disponibles, como cámaras de video o dispositivos móviles, para llevar a cabo la producción audiovisual.

El tercer momento de la estrategia de Apropiación Social del Conocimiento fue el taller práctico básico de realización audiovisual. Allí, con el acompañamiento del equipo de trabajo en campo, los participantes operaron los equipos técnicos como cámaras, celulares, trípodes, micrófonos, grabadores de audio, iluminación básica, entre otros. Además, desempeñaron los roles previamente explicados en la etapa anterior: camarógrafos, sonidistas, directores, entrevistadores, entrevistados. Estos se convirtieron en productores y protagonistas, y fue en ese momento cuando se dio su interacción con la tecnología.

El cuarto momento fue la grabación de entrevistas durante las cuales las personas asistentes al taller se enfrentaron al ejercicio real de la grabación: unos operaron los equipos técnicos, y otros jugaron el papel de entrevistador y entrevistado. La televisión soñada fue el eje central de la entrevista, en la que los periodistas fueron niños, adolescentes, adultos y adultos mayores, quienes se encargaron de entrevistar a sus vecinos, compañeros, familiares o conocidos.

El guion propuesto por el proyecto incluyó preguntas asociadas al modelo actancial de Greimas (1983). Es decir, se aprovechó este modelo de análisis narrativo para buscar cómo se relacionan o configuran las situaciones, los hechos o percepciones, según el relato de los entrevistados. De esta manera, se encontrarían las figuras detonantes (o actantes, según el modelo actancial), así:

Sujeto: la comunidad participante

Objeto: ¿cuál es la televisión que sueñan o desean?

Ayudantes: ¿qué aspectos en la comunidad fortalecen el acceso, el uso o el consumo audiovisual?

Opositores: ¿cuáles son las dificultades o posibilidades que encuentran al momento de acceder al consumo televisivo? ¿Qué tan difícil le resulta acceder a contenidos audiovisuales o qué se los impide?

Destinador: ¿qué tipo de televisión quisieran consumir? ¿Por qué sueñan ese tipo o forma de consumir televisión? ¿Qué tipo de televisión los inspira?

Destinatario: ¿cómo, por qué y quiénes se beneficiarían con esa televisión que sueñan?

Esta fue, entonces, una estructura

analítica para desentrañar las dinámicas de consumo audiovisual en municipios con limitada conectividad a televisión e internet en Colombia. Este esquema, articulado a través de actantes clave, ofrece un marco comprensivo para explorar cómo se configura el consumo audiovisual en estos contextos, que, según los datos iniciales de la investigación, tenían acceso reciente a internet, barreras tecnológicas, de infraestructura, geográficas, económicas, entre otras.

En este marco, los participantes-televidentes emergieron como sujetos activos cuyo deseo se centró en la concepción de una “televisión soñada”, lo cual reflejó no solo sus expectativas y aspiraciones, sino también las limitaciones impuestas por su contexto. Por ejemplo, en Zapayán, Magdalena, Michelle Mejía, líder juvenil, afirmó que “sueña con una televisión que tenga más contenidos juveniles, culturales y donde exista una ruta de prevención hacia la mujer”.

Por su parte, el señor Bertulfo Ramírez, de La Pedrera, Amazonas, expuso que su “televisión soñada es toda, porque no tiene ninguna”; mientras que Aury Valdovinos, de Montecristo, Bolívar, indicó que sueña “con una televisión grande que tenga HD”, ya que su televisor es análogo y no tiene celular.

Estos sujetos (las comunidades) se ven influenciados tanto por opositores —entendidos

como las barreras relacionadas con la cobertura y conectividad— como por ayudantes, que representan las posibilidades y alternativas disponibles para superar tales obstáculos. Por ejemplo, Carlos Andrés Rodríguez, estudiante de San Fernando, Bolívar, presenta su testimonio desde el salón de informática de su colegio, en el cual no hay computadores ni internet (opositor); y la profesora Judith Moreno, de Cumaribo, Vichada, afirma que tiene TV Cable en su hogar (ayudante), aunque no ve mucha televisión y gracias al internet, mejora los contenidos de sus clases. Sin embargo, “el internet es malo [...] lo que yo pago no suple lo que yo necesito”, indicando que su señal se cae constantemente (opositor).

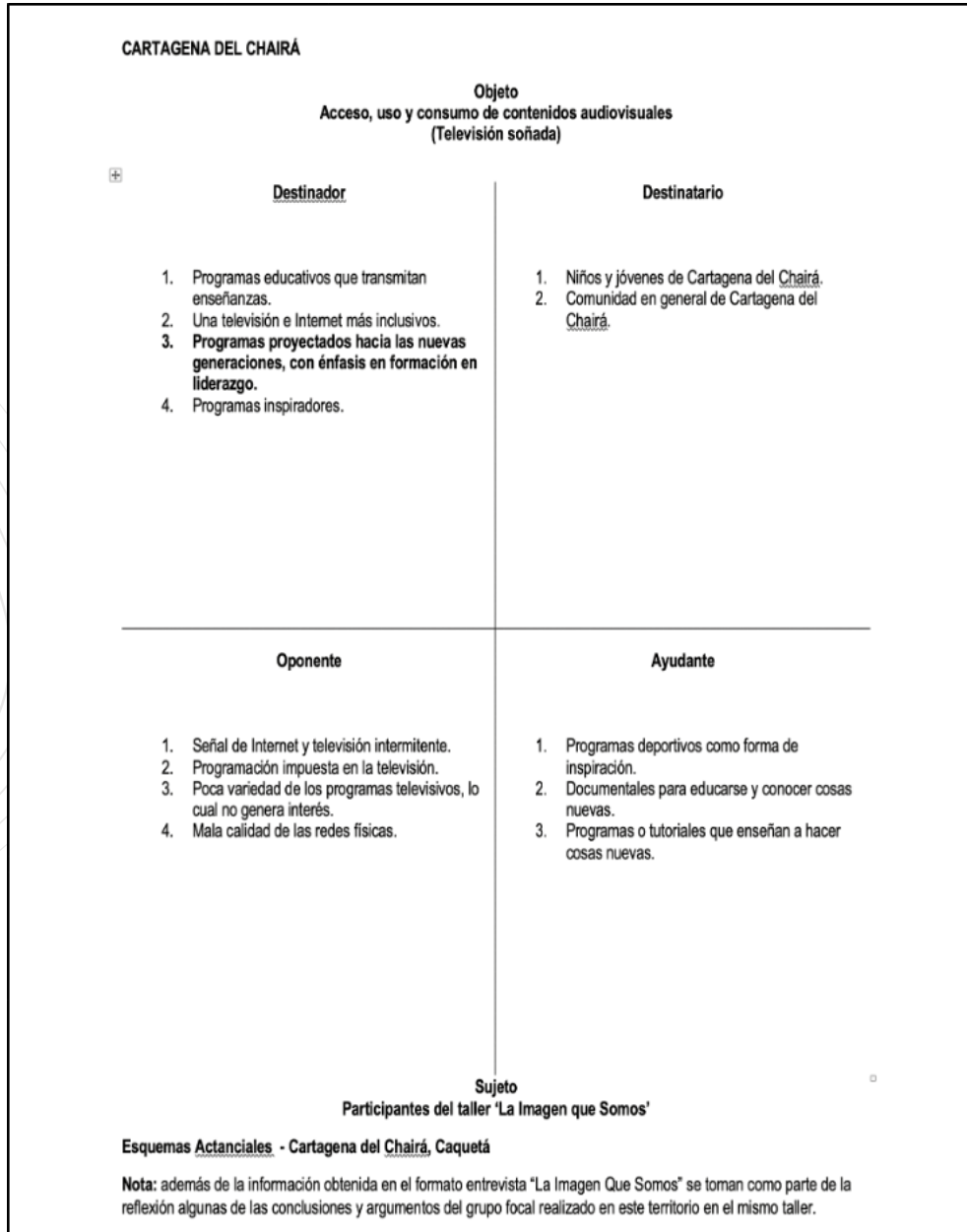
Los destinadores y destinatarios, por otro lado, ocupan un lugar crucial en el plano del análisis, subrayando la importancia de los contenidos que inspiran y el conocimiento o habilidades derivadas de su consumo. Este intercambio entre lo que motiva a los participantes y lo que efectivamente pueden obtener o aprender dibuja un panorama del valor cultural atribuido a los medios audiovisuales en estas comunidades. En este caso, Alver Chaverra, de Medio Atrato, Beté, Chocó, afirmó

que la televisión es su gran aliada porque puede ver fútbol, y su mayor sueño es ser un director técnico reconocido; así como Matías Mantilla, estudiante de Cumaribo, Vichada, quien indicó que “las noticias sí son buenas porque nos ayudan a informarnos”.

Este juego de fuerzas reveló las tensiones y dinámicas subyacentes al acceso, uso y consumo del contenido televisivo. Mediante este ejercicio, se buscó recoger la percepción de los pobladores frente a los contenidos audiovisuales con mayor facilidad y apertura, motivándolos a la reflexión frente a su uso y consumo mientras se enfrentaban a un ejercicio de cocreación audiovisual en el que el uso de los equipos y los nuevos conocimientos se tornaba especialmente entretenido e interesante.

A modo de ejemplo, en la figura 2, que refleja un esquema actancial de Greimas, se pueden apreciar las respuestas de los participantes del taller en Cartagena del Chairá, Caquetá, identificando a cada extremo un actante. Visualmente es posible un cruce sobre la percepción del tema en cuestión en ese municipio:

Figura 2.
Esquema actancial de “La imagen que somos”. Caso: Cartagena del Chairá. Proyecto Canales, 2023.



El cuarto momento de la estrategia de apropiación social del conocimiento se nutrió, además, de la grabación de una secuencia narrativa tipo hilo conductor. Allí, una persona de la comunidad se convirtió en el protagonista que le dio voz al municipio. La elección de este personaje se realizó durante el grupo focal, tras identificar en él o en ella, la disposición, el criterio y la facilidad para el desarrollo de la actividad. La narrativa de este personaje se entrelaza con la de la comunidad a lo largo del episodio documental. Esta estructura se mantuvo constante en casi todos los capítulos, ya que en seis de ellos el elemento unificador fue una voz en *off*.

A la luz del análisis, en cada capítulo se tejen relaciones, por ejemplo, entre acceso-uso, que son las que determinan que la existencia del artefacto solo garantiza algunos niveles de apropiación o aprendizaje, y estas están mediadas por las necesidades contextuales. Otra relación es la de acceso-consumo, que evidencia que la audiencia o prosumidor elige los contenidos en función de sus propias necesidades. Aquí el

acceso ya no es la línea de estudio; más bien lo es la manera en que el ciudadano gestiona de manera propia sus formas, modos, horarios y hábitos con el medio. Y la tercera relación es la del uso-consumo, en la que se revisan los cambios en las dinámicas socioculturales de esas audiencias a partir de su integración con la televisión y el internet.

Estos niveles de apropiación, aprendizaje y mediación reflejan el análisis realizado por los investigadores basado en las percepciones de la comunidad. Todos los elementos mencionados (ejercicio práctico en el taller, entrevistas realizadas por la comunidad, testimonios con el esquema actancial y los niveles de apropiación) fueron incorporados en un esquema básico de guion de edición, con el objetivo de dotar a todos los capítulos de una estructura uniforme:

Tabla 1.
Esquema de guion de edición. Proyecto Canales, 2023.

Bloque temático	Desarrollo	Dispositivo estético
Introducción	Título: Canales “La imagen que somos” (Municipio, departamento)	Texto en blanco sobre imágenes de paisaje.
	Presentación del personaje principal. Responde a: Quién es, dónde vive, características de su territorio. Frase “esto es un capítulo más de La imagen que somos”.	Entrevista y/o <i>voice over</i> del personaje principal. Imágenes del protagonista mirando a la cámara y planos generales del municipio.
Percepción sobre el taller	Personaje relata su experiencia y la de su comunidad en el taller.	Imágenes del taller desde la perspectiva de los investigadores. Se observa la dinámica del taller, los participantes interactuando con la tecnología.
Desarrollo del taller. Esquema actancial a partir de percepciones.	Participantes del taller (sujetos) mencionan: Ayudantes Oponentes Destinador Destinatario	Imágenes grabadas por los participantes al taller. Perspectiva de los participantes. Entrevistador y entrevistado en plano contra plano, mientras se percibe a la comunidad participando de la producción.
	Personaje principal plantea su posición frente a los ayudantes, oponentes, su posición como sujeto, sus sueños o deseos (destinador) y sus expectativas (destinatario).	Planos de realización con el personaje principal.
Relación / niveles	Reflexión de las relaciones entre la triada acceso-uso-consumo a partir del relato de los comportamientos y dinámicas del/los personajes con los contenidos y la tecnología.	<i>Full</i> participantes y/o personaje.
Conclusión y cierre	Comentarios sobre la experiencia de la comunidad como productores.	<i>Full</i> participantes y/o personaje.
	Frase tipo mensaje final o moraleja de un participante.	Solo voz del personaje. Sobre pantalla en negro y logos de financiadores.
	Logos entidades.	Logos sobre pantalla en negro.

En los episodios se presentan mensajes concluyentes, entre los que destaca la apreciación de Jorge Salgado, de Zapayán, Magdalena, quien afirmó:

No todos los habitantes cuentan con teléfonos o televisores en casa, por lo cual el consumo de televisión es bastante limitado. Aquellos que sí tienen televisión la ven, pero enfrentan problemas debido a que, como les mencionaba, la señal es bastante deficiente.

Por su parte, Sebastián Bolívar, de San Zenón, Magdalena, se refiere a la televisión que sueña; indica que se la imagina:

Incluyente y educativa, que no solo se base en novelas y entretenimiento, sino en transmitir conocimiento mediante la educación; que no solamente sea para cierta parte del país, sino que sea para absolutamente todos, que tengamos acceso en cada rincón de nuestra bella tierra.

Carlos Trujillo, alcalde de Montecristo, Bolívar, quien participó en la experiencia del taller, concluyó pidiéndole al:

Ministerio de Ciencias que mire a estos municipios que están en una situación de zonas dispersas, en un área geográfica bastante difícil donde la conectividad

es pésima [...] Aquí hemos soñado siempre en hacer un tema de cine y no hemos podido avanzar porque nadie hace guiones, nadie está capacitado [...] Los montecristianos, nuestros jóvenes, han demostrado la berraquera que tienen en este escenario para actuar, para hacer humor, para hacer prensa, televisión, pero no hemos podido aprovecharlo porque estamos en el olvido.

Por su parte, Juan Pablo Lloreda, estudiante de Lloró, Chocó, anotó que le encantaría “que la televisión fuera solamente de deportes, más que todo de baloncesto y películas que le dejen un mensaje a uno”.

Marileidy, profesora de La Pedrera, Amazonas, indicó:

Sería muy bueno para nosotros, acá en el área no municipalizada, que también pudiéramos saber y observar lo que pasa en el Amazonas. En este caso, por ejemplo las noticias que suceden, enterarnos qué es lo que está pasando, que haya un canal donde podamos ver eso.

Todos culminan expresando: “Esto fue un capítulo más de La imagen que somos”, mientras la música termina en *fade out* sobre los exóticos paisajes de cada uno de estos municipios.

Tras la posproducción de los episodios, la estrategia de apropiación social del conocimiento “La imagen que somos”, que involucra directamente a las comunidades en la producción audiovisual, culminó en un quinto momento con un evento significativo: el “Festival audiovisual La imagen que somos”. Este festival marcó el regreso a cinco de los municipios participantes (Montecristo, San Zenón, Lloró, Totoró y La Pedrera), donde se proyectaron los trabajos audiovisuales realizados.

Durante estas proyecciones, los miembros de la comunidad tuvieron la oportunidad de verse reflejados en la pantalla, de forma que reconocieron su activa participación en la creación de estos contenidos. Este proceso de devolución a la comunidad es fundamental por dos razones: primero, reforzó el sentido de propiedad y pertenencia sobre los productos culturales generados. Al ver sus propias historias, experiencias y perspectivas representadas en las obras, los participantes no solo se reconocieron como sujetos activos de su narrativa, sino también como creadores de cultura y conocimiento.

Segundo, este acto de devolución actuó como un mecanismo de validación y celebración de las voces comunitarias, impulsando a la reflexión sobre su propia realidad y las posibles transformaciones que desean en relación con la tecnología y con los contenidos audiovisuales,

teniendo en cuenta que cada municipio tiene sus propias características y diferentes niveles de apropiación.

Finalmente, este festival no solo fue un acto de cierre, sino también una forma de rendir cuentas a las comunidades que participaron en el proyecto. Demostró que sus contribuciones son valoradas, y que el conocimiento y las experiencias compartidas tienen un impacto tangible (la serie documental) e intangible (el conocimiento). Este proceso de devolución contribuyó al empoderamiento de los participantes y continuó fomentando un diálogo entre los investigadores y las comunidades para la validación y la retroalimentación.

Brindar un espacio para la reflexión colectiva sobre los temas abordados y las narrativas presentadas genera conversaciones significativas que fomentan el diálogo abierto y la proyección hacia la búsqueda de esa “televisión soñada”.

Durante el festival “La imagen que somos”, además de las proyecciones audiovisuales, se exhibieron los pósteres de cada capítulo, en los cuales la comunidad se mostraba como protagonista, participando activamente en el taller. Estos pósteres, que evocan el atractivo y el glamur de los afiches de cine, representaron una poderosa afirmación de la identidad y el protagonismo comunitario en el proceso creativo. Esta presentación visual

destacó el valor estético y artístico de las obras, además de simbolizar el reconocimiento y la celebración de las historias, culturas y voces de la comunidad.

Ver reflejadas sus experiencias y contribuciones en un formato típicamente reservado para las estrellas de cine significó para los participantes una fuente de orgullo y

pertenencia, lo que reforzó la idea de que sus narrativas y su participación son dignas de ser admiradas y respetadas. Este aspecto del festival subrayó la importancia de la visibilidad y la valoración del patrimonio cultural local, convirtiéndose en un testimonio del poder transformador de la apropiación social del conocimiento.

Figura 3.

Póster “La imagen que somos”, Beté, Medio Atrato, Chocó



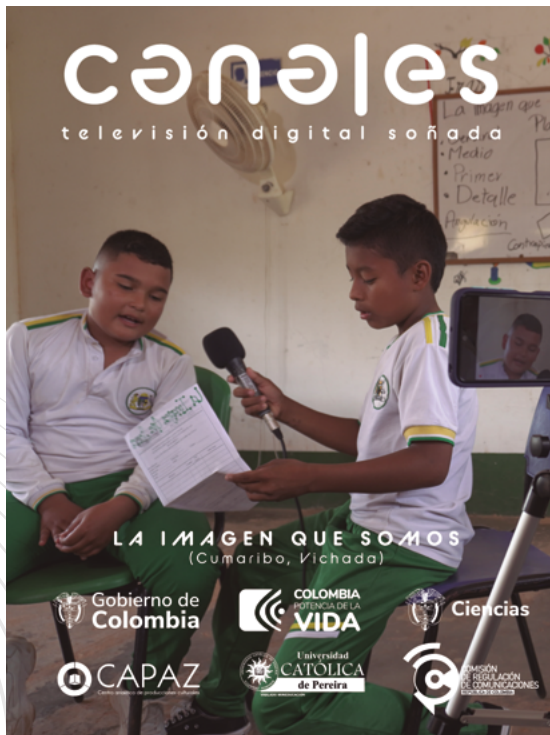
Figura 4.

Póster “La imagen que somos”, San Benito Abad, Sucre



Figura 5.

Póster “La imagen que somos”, Cumaribo, Vichada

**Figura 6.**

Póster “La imagen que somos”, Barrancominas, Guainía



Otra actividad que formó parte del quinto momento fue el evento de lanzamiento de la estrategia “La imagen que somos” durante el Encuentro Regional de Afacom en el Eje Cafetero, celebrado en octubre de 2023, en la Universidad Católica de Pereira. Investigadores, estudiantes, docentes e invitados especiales asistieron a un conversatorio con todos los investigadores del proyecto, donde se explicó la metodología, las dinámicas y el alcance de la estrategia. Además, se contó con la presencia de un representante de las comunidades, el señor Yuberth Moreno, de Lloró, Chocó, quien compartió en un conversatorio su experiencia y su visión de la “Televisión digital soñada”, haciendo eco al eslogan del proyecto.

Para Yuberth Moreno, ser parte de un conversatorio académico representó una experiencia profundamente significativa y emotiva. El hecho de poder compartir su historia y experiencia ante un público académico fue impactante. Según su testimonio, la experiencia validó su narrativa personal y comunitaria, agradeciendo la oportunidad de llevar la voz de su municipio a un escenario que rara vez está en su cotidianidad, subrayando el poder transformador de la inclusión y el reconocimiento en contextos académicos y de investigación.

Conclusiones

El proyecto CANALES ha demostrado que la estrategia de apropiación social del conocimiento, materializada en “La imagen que somos”, es una herramienta poderosa para involucrar a las comunidades en procesos de investigación y creación audiovisual en el contexto de las ciencias sociales. A través de esta iniciativa, se logró no solo generar nuevo conocimiento, sino también empoderar a las comunidades y fomentar un diálogo abierto y participativo sobre temas relevantes para su desarrollo como audiencias activas.

La fase de aplicación de la metodología propia de la estrategia, que se dividió por momentos e incluyó la realización de charlas con expertos en producción audiovisual y talleres prácticos de realización audiovisual, fue fundamental para garantizar la participación activa y el empoderamiento de las comunidades. Estas actividades presentaron, reforzaron y afianzaron el conocimiento y las habilidades de los participantes, además de brindar la oportunidad de reflexionar sobre su propia realidad y contribuir de manera significativa al proceso de producción de la serie documental.

La creación de la serie, protagonizada y producida en gran parte por los habitantes de los municipios estudiados, representa un enfoque innovador que trasciende el modelo tradicional de investigación y producción audiovisual. Esta experiencia permitió a los participantes

compartir sus percepciones y experiencias, además de adquirir habilidades prácticas en producción audiovisual y contribuir al proceso de generación de conocimiento.

Dicha serie confluyó así: 17 de los capítulos reflejan las percepciones de los municipios que componen geográficamente la población estudiada por CANALES; el capítulo número 18 es un compilado del “Festival La imagen que somos”, y el capítulo 19 relata la experiencia del taller de cocreación realizado en el evento de lanzamiento con la comunidad académica.

La implementación del modelo actancial de Greimas para la estrategia permitió identificar los elementos que componen el relato del consumo audiovisual en estos municipios, comprender la complejidad de sus interacciones y cómo estas configuran su percepción del valor cultural de los contenidos televisivos. Este enfoque permitió una comprensión de las dinámicas socioculturales y económicas que influyen en las formas de consumo audiovisual en cada municipio.

El evento “El festival La imagen que somos” representó el momento culminante del proyecto, donde las comunidades tuvieron la oportunidad de ver los resultados de su trabajo y reflexionar sobre sus experiencias y percepciones. Este espacio de encuentro y diálogo permitió validar y retroalimentar los hallazgos obtenidos, lo que fortaleció el

sentido de pertenencia y compromiso de los participantes con la investigación.

Es así como el proyecto CANALES ha demostrado que la estrategia de apropiación social del conocimiento es una herramienta efectiva para promover la participación activa de las comunidades en procesos de investigación y creación audiovisual, y enriqueció la experiencia académica y vivencial de los investigadores y participantes, quienes se convirtieron en cocreadores de contenidos.

Referencias

Gómez Mont, C. . (2020). La apropiación social del conocimiento. *Universitas Científica*, 18(1), 58–61. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/universitas/article/view/1471>

Greimas, A. J. (1983). *Du sens II. Essais sémiotiques*. Editions du Seuil.

Quezada, C. y Pérez, M. (2016). De telegrafía sin hilos a radiodifusión: Apropiación tecnológica de la radio en Chile, 1901-1931. *Revista de Historia Iberoamericana*, 9(1) 103-125. <https://doi.org/10.3232/RHI.2016.V9.N1.05>

Marín Ochoa, B. E. y Cruz Lancho, L. J. (2021). The Social Appropriation of Mobile Technologies: an Opportunity for the Construction of Citizenship. *Anagramas. Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 20(39), 157-180. <https://doi.org/10.22395/angr.v19n39a7>

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (2021). Política Pública de

Apropiación Social del Conocimiento en el marco de la CTel, Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación. https://minciencias.gov.co/sites/default/files/politica_publica_de_apropiacion_social_del_conocimiento.pdf

ca
nes
es

