

## **Anexo 2. Tipología de productos creación o investigación-creación**

A continuación, se detallan textualmente los productos según la tipología definida por Minciencias (2018).

### **OBRAS O PRODUCTOS RESULTADOS DE CREACIÓN E INVESTIGACIÓN-CREACIÓN**

Se entiende por obras, diseños y procesos de nuevo conocimiento, provenientes de la creación, aquellas obras, diseños o productos resultantes de los procesos de creación y de investigación-creación que implican aportes nuevos originales e inéditos al arte, al diseño, a la cultura y al conocimiento en general a través de lenguajes simbólicos que expresan, interpretan y enriquecen de manera sustancial la vida intelectual, emocional, cultural y social de las comunidades humanas. Se incluye en este tipo a las obras, objetos, procesos o eventos que, siendo resultado de una actividad registrada de creación o investigación-creación, han sido reconocidos como un aporte significativo a su campo de conocimiento a través de su valoración y presentación en público en instancias de validación que cuenten con un mecanismo visible de selección y que tengan alto reconocimiento en el medio artístico o creativo correspondiente.

#### **OBRA O CREACIÓN DE NATURALEZA EFÍMERA**

Son las obras, diseños o productos, materiales e inmateriales, cuya existencia es de una duración limitada en el tiempo y cuya evidencia depende de la memoria reconstructiva. Son las huellas, rastros, o registros lo que corroboran su existencia y las hacen reconocibles. El registro debe ser repetible, exportable y verificable.

#### **OBRA O CREACIÓN DE NATURALEZA PERMANENTE**

Son obras, diseños o productos –materiales e inmateriales– cuya existencia pretende ser ilimitada en el tiempo. La presencia y persistencia del objeto que registra la obra o producto demuestra su existencia, sin embargo, la obra o producto mismo predomina sobre el valor del registro.

#### **OBRA O CREACIÓN DE NATURALEZA PROCESUAL**

Son aquellas obras, diseños o productos materiales o inmateriales, en cuya naturaleza predomina la dinámica transformadora, sistémica y relacional; por esta razón tienen un carácter abierto y no están sujetas a un marco espacio temporal predeterminado. Generan impacto verificable pero no previsible material e inmaterial. El reconocimiento de este tipo de producto se basa en la existencia de indicadores cualitativos o cuantitativos que den cuenta de las dinámicas del proceso.

NATURALEZA DE LA OBRA	EJEMPLOS					
	En arquitectura	En Diseño	En literatura	En Música	En Artes Plásticas y Visuales	
<b>Obra o creación Efímera</b>	Arquitecturas Efímeras, Escenografías, Interiorismo, Vitrinismo, Montajes museológicos, Pabellones y ferias, Decoraciones, Ambientaciones, Instalaciones visuales, Iluminaciones, Instalaciones sonoras, Instalaciones audiovisuales, Efectos especiales, Diseño de iluminación.	Experiencia, Producto gráfico, Proyección visual, Instalación interactiva, Diseño de sonido, Espacio efímero, Productos de museografía, Escenografía.	Recital, Lectura pública, Emisión televisiva, Testimonio radial.	Interpretación musical, Improvisación libre.	Instalaciones, Performancias, Videoinstalaciones, Instalaciones sonoras, Instalaciones visuales, Landart, Mapping, Light design, Acciones, Eventos, Vitrinismo, Escenografía, Net art, Cine, Animación directa, Documental, Videoarte, Comic, Animación.	<b>En artes escénicas</b>  Danza, Dramaturgia, coreografía, musicalización, producción técnica, producción de vestuario y escenografía, puesta en escena, Cuentearía, Repentismo, interpretación teatral.

<p><b>Obra o creación Permanente</b></p>	<p>Proyecto arquitectónico, urbanístico, paisajístico, de restauración.</p>	<p>Artefactos, Productos de Vestuario, Producto Gráfico, Producto Editorial, Producto, Productos digitales interactivos, Producto Textil, Fotografía, Comic, Sonido, Espacio, Ambientación, Video, Diseño de personaje, Animación, Productos de Museografía.</p>	<p>Cuento, Poesía, Novela, Ensayo, Crónica, Texto dramático, Guion cinematográfico.</p>	<p>Composición musical, Arreglo musical, Producción fonográfica, Música original para medios audiovisuales, Diseño sonoro para medios audiovisuales, Propuestas y métodos pedagógicos.</p>	<p>Pintura, Grabado, Fotografía, Dibujo, Videoarte, Video, Escultura, Cine (corto, medio o largometraje), Documental, Animación, Arte digital, Net art, Ambientación, Productos para Museografía, Propuestas y métodos pedagógicos.</p>	<p><b>En Cine - Audiovisuales</b>          Construcción de la historia, construcción del guion, producción, grabación, edición          Propuestas y métodos pedagógicos.</p>
--	---	--	---	--	---	---

<p><b>Obra o creación Procesual</b></p>	<p>Bocetos y esquemas de procesos de diseño y proyectación, Procesos participativos, colaborativos, metodologías proyectuales, Técnicas de expresión y representación , Bases de datos y archivos, Sistemas de información geográfica, Cartografías dinámicas, Planes y procesos de ordenamiento territorial, Planes y procesos de gestión territorial, urbana o ambiental, Planes de estudio, Procesos de certificación y acreditación, Direcciones y consultorías en proyectos</p>	<p>Métodos de diseño, Programas de proyección o innovación social, Sistemas de servicios, Bocetos y esquemas de proceso de diseño, producción o interacción, Story Board, Métodos pedagógicos, Procesos de certificación y acreditación, Dirección de proyectos.</p>	<p>Curaduría, Movimiento artístico, Espacio divulgativo.</p>	<p>Espacio divulgativo, Procesos de certificación y acreditación, Direcciones y consultorías en proyectos.</p>	<p>Bocetos, Arte colaborativa, Arte relacional, Artivismo, Curaduría, Movimiento artístico, Espacio divulgativo, Procesos de certificación y acreditación.</p>	
---	--	--	--	--	--	--

**Tabla 4.** Ejemplos de productos resultados de la creación o investigación-creación en artes, arquitectura y diseño (Tomada del *Modelo de medición de grupos de Minciencias*, 2018).

## CREACIÓN

La palabra creación hace referencia tanto al proceso, como al resultado de la actividad creativa consistente en explorar diferentes experiencias y sensibilidades a través del juego con formas y materiales que pueden tener o no una funcionalidad más allá de su valor estético. Los resultados de creación, aunque se plasman en artefactos estéticos, comprenden también las dinámicas entre la obra, las personas que la usan o contemplan y la cultura en la que esta relación está inmersa. En este sentido, el aporte de la creación como generación de conocimiento no radica en el artefacto, sino en la experiencia que este genera y propicia. Por estas razones, en este tipo de actividades creativas el conocimiento nuevo normalmente es inseparable de su divulgación o publicación y de su apropiación social.

## INVESTIGACIÓN-CREACIÓN

- a. Es la indagación que busca responder a una pregunta o problema de investigación a través de una experiencia creativa que da lugar a obras, objetos o productos con valor estético y cuya naturaleza temporal puede ser efímera, procesual o permanente. En otras acepciones se considera que la investigación-creación –también llamada investigación artística, o investigación basada en la práctica– es aquella indagación que toma como objeto a la experiencia estética del propio investigador-creador, por lo cual siempre tiene un componente autorreflexivo (Borgdorff, 2006; Asprilla, 2013; Hernández Salgar, 2014). Este énfasis en la experiencia, así como el carácter dinámico y relacional de la obra, hacen que la investigación-creación presente diferencias a nivel epistemológico, metodológico y ontológico con la investigación científica (Hannula *et al.* 2005; Borgdorff 2006) La investigación-creación conduce, por lo general a dos tipos de productos, la obra, objeto o producto de creación propiamente dicha y un texto en el cual se consigna la reflexión sobre la experiencia creativa y su relación con la pregunta o problema de investigación (Archer 1995; López-Cano 2013).
- b. Es así como podemos afirmar que “cuando hablamos de investigación-creación nos referimos al hecho de otorgar a los procesos de creación y producción de obras artísticas, llámense espectáculos escénicos, objetos plástico visuales, actos performáticos, piezas sonoras, etc., la condición de objetos cognitivos. Para ello, es necesario distanciarse de la tradición positivista que ve en los artefactos artísticos simples entidades ornamentales que detonan emociones” (Castillo, 2013, p. 57).

## INSTANCIA DE VALIDACIÓN DE PRODUCTOS

Se entiende por instancia de validación el espacio o evento en el cual se divulgan, se publican o se ponen a disposición del público las obras o productos de creación en artes, arquitectura y diseño. Para efectos de este modelo de medición, dicho espacio o evento debe tener un reconocimiento y trayectoria en el medio creativo correspondiente y debe contar con mecanismos claros de selección que impliquen la existencia de un juicio autorizado sobre la calidad de la obra y sobre sus aportes al campo. Este juicio es el que permite determinar que el proceso creativo ha conducido a la generación de conocimiento nuevo. Algunos ejemplos de instancias de validación son, bienales, salones, encuentros, festivales, ciclos de conciertos, concursos y premios. Los mecanismos de selección pueden incluir jurados, comités de selección, evaluación por pares, curadurías o invitaciones directas por parte de expertos cuya autoridad sea ampliamente reconocida. En este sentido, no se consideran instancias de validación adecuadas las comisiones para la realización de obras por contrato, o las publicaciones o eventos realizados por los mismos autores, ya que en estos casos no existe necesariamente un juicio de terceros expertos sobre la obra o sus autores.

El otorgamiento de distinciones o el proceso de admisión para la divulgación de las obras o productos en instancias de validación, deberá estar soportado por documentos que den cuenta del mecanismo y criterios de selección. En el caso de obras o productos que tengan un impacto directo sobre comunidades étnicas u otras no conectadas con los circuitos propios del campo creativo, el soporte lo podrá constituir una carta de la comunidad en la cual se describan en detalle los beneficios obtenidos para la comunidad por la presentación o uso del producto de creación.

## ÁMBITO DE LA INSTANCIA DE VALIDACIÓN

Las instancias de validación de los productos de creación en artes, arquitectura y diseño pueden corresponder al ámbito local, nacional o internacional según su alcance y poder de convocatoria en el medio creativo. Este alcance se verifica principalmente de acuerdo con la procedencia de los participantes, así,

- La instancia se considera del ámbito internacional cuando ninguna de las nacionalidades de los participantes corresponde a más del 50% de los mismos, sin importar en qué país tenga lugar el espacio o evento.
- La instancia se considera del ámbito nacional cuando más del 50% de los participantes tiene una misma nacionalidad, sin importar en qué país tenga lugar el espacio o evento.
- La instancia se considera del ámbito local cuando más del 50% de los participantes son originarios de la misma ciudad, departamento, estado o provincia y/o cuando la convocatoria se restringe a una sola ciudad, departamento, estado o provincia, sin importar en qué país tenga lugar el espacio o evento.