

GESTIÓN Y DIVULGACIÓN DEL CONOCIMIENTO

EN LA CULTURA ALTERNATIVA DEL FÚTBOL

Autor: **Juan David Flórez Bautista**

Tutor: **Juan Manuel Salamanca García Ph.D.**

Tutor técnico: **Miguel Ángel Jiménez Achinte**

Director de proyecto: Ma. **Javier Aguirre Ramos**

Proyecto de Grado II

Diseño de Medios Interactivos

Universidad Icesi

Definición del problema	3
Antecedentes	3
Pregunta de investigación	4
Objetivos	4
Relevancia para el público objetivo	4
Relevancia para el diseño	5
Marco Teórico	6
Revisión bibliográfica	6
Estado del arte	12
Metodología	16
Objetivos	16
Encuesta	16
Sesión de diseño participativo	17
Resultados preliminares	20
Perfil de la comunidad CAF	20
Necesidades y áreas de oportunidad de la CAF	27
Determinantes de diseno	35
Propuestas de diseño	37
Propuestas	37
Evaluación de propuestas	38
Propuesta definitiva	39
Concepto de diseño / Metáfora	41
Planos esquema y visualizaciones	42

ÍNDICE

Usuarios	48
Factores de innovación	49
Viabilidad	50
Análisis de mercado	51
Conclusiones	52
Bibliografía	53
Glosario	55
Anexos (manual de marca y guías de estilo)	56

Definición del problema

Antecedentes

La Cultura Alternativa del Fútbol (CAF) es una comunidad virtual de seguidores del fútbol que ha sufrido transformaciones a través del tiempo. Desde su formación, en un *blog* deportivo del periódico *El Tiempo*; pasando por su conformación en un espacio creado en la plataforma *Blogger*; hasta su apogeo y consolidación con la creación del portal *www.deporcali.net*; esta ha sido una comunidad que se ha adaptado a los cambios y migraciones de plataforma, y se ha caracterizado por sobrevivir y expandirse gradualmente con el paso de los años.

Además de los cambios que ha vivido la comunidad evidenciados a través del tiempo, se ha reflejado, como expresión de esta misma comunidad, la necesidad de solicitar el cambio y la transformación. Síntomas que vienen de años de manifestaciones individuales y colectivas como problemas de interacción, técnicas para compartir información y poca eficiencia en la plataforma donde interactúan, evidencia que la información y las interacciones de los usuarios de esta comunidad se encuentran estancadas dentro de un sistema estático, las cuales quedan almacenadas en extensos escritos, entradas y comentarios. Esto, sumado a las pocas dinámicas que ofrece la plataforma donde se desenvuelve esta comunidad (sintomático de dichas manifestaciones) y la inviabilidad por parte de los administradores del portal para transformar el espacio (no son diseñadores ni desarrolladores *web*) hace que la gestión del conocimiento sea poco eficaz, la situación se perpetúe por años y a largo plazo se termine perdiendo en un extenso archivo con escasas dinámicas para su consulta.

Esta situación inhibe la divulgación de contenidos de espacios y comunidades alternativas. Colectivos que deberían ser abiertos a la comunidad en una era digital de información y no por lo contrario, como es la situación

actual, encontrarse en una parálisis sistemática. Las principales redes sociales (*Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, etc.) son otros espacios que se encuentran en constante interacción con los portales de gestión de información y conocimiento, en especial para su divulgación y así moldear su crecimiento y transformación a través del tiempo. El periodismo, las comunidades virtuales y la opinión pública deben hacerse sus espacios dentro de la **web**, su expansión y divulgación debe ser fomentada para seguir la línea evolutiva de los medios de comunicación, redes sociales y ecosistemas digitales.

La información compartida por los medios de comunicación se fundamenta sobre la idea que estos, en su mayoría, no son transparentes. Medios que modifican la percepción de la realidad, la actitud ante el conocimiento y la manera de concebir el mundo. Precisamente porque los medios son una representación del mundo.¹ En este orden de ideas, son bienvenidas las propuestas que refresquen el entorno dominado por la maquinaria informativa que controla la información deportiva y el desarrollo natural de sus comunidades, y se pueda fortalecer el músculo de la opinión y espacios alternativos en un contexto que da para tanto, donde masas de hinchas, periodistas, instituciones deportivas, empresarios, etc. cada vez buscan encontrarse en constante interacción.²

¹ “Los medios no son espejos que proyectan la imagen fiel de lo que sucede en el mundo. Por el contrario, sus mensajes presentan siempre puntos de vista particulares y diferentes sobre la manera en la que las audiencias deben interpretar la realidad.” (Morduchowicz, 2003).

² “Por último, hallamos al sujeto social, que sabe que en su concepción del mundo influyen diferentes mediaciones (familia, escuela, medios, etc.), que es interactivo con los demás, trabaja en grupo y utiliza los medios como un foro para intercambiar y discutir opiniones.” (De Fontcuberta, 2003).

Pregunta de investigación

¿Cómo potenciar la labor que realiza la Cultura Alternativa del Fútbol, a partir del uso de un sistema de información digital, para contribuir en la gestión y divulgación del conocimiento que esta comunidad genera?

Objetivos

Se plantearon los siguientes objetivos para la investigación.

Objetivo general:

- Contribuir a la gestión y divulgación del conocimiento generada por la comunidad virtual Cultura Alternativa del Fútbol, a través de un sistema de información digital.

Objetivos específicos:

- Comprender los antecedentes y el futuro de las comunidades virtuales y la gestión del conocimiento.
- Comprender las tendencias y propósito de las comunidades virtuales.
- Identificar las relaciones entre comunidades virtuales y gestión del conocimiento.
- Indagar acerca de conceptos del diseño de interacción que median sobre los sistemas de información.
- Aplicar los resultados de la investigación para proponer un prototipo de sistemas de información digital.
- Validar la eficiencia de este prototipo.

Relevancia para el público objetivo

Las comunidades virtuales y los individuos que las conforman son protagonistas en la creación de contenidos, en la gestión del conocimiento, en la creación de valor y la innovación en los contextos virtuales y su expansión.³ La labor de los medios de comunicación generalmente se ha visto ligada a informar y entretener⁴ y por estas razones las comunidades que se han formado alrededor de estos medios (o que se han visto inmersas en estos), han aislado el contenido didáctico de sus bases (educar), relegando así los espacios abiertos al respeto, a la crítica constructiva, análisis, debate y construcción de ideas sobre este deporte, sino que se han visto envueltas en la agenda educativa dirigida por los mismos medios.⁵ Esta es una razón para contribuir en la labor educativa, informativa y de entretenimiento, para intervenir sobre la tendencia mediática y generar alternativas de gestión de información y conocimiento.

Los periódicos y revistas deportivas proveen temas de análisis y columnas de crítica, generalmente una vez a la semana por medio de un pequeño grupo de periodistas ligados a estos medios de comunicación. La *Cultura Alternativa del Fútbol* es un espacio que a diario provee temas de interés, análisis y crítica deportiva que se puede encontrar en estos medios. A diferencia de estos, la información que se produce en esta comunidad se encuentra alimentada por decenas de sujetos provenientes de numerosas ciudades de todo el mundo. Esto es contenido diferencial sujeto a múltiples perspectivas, es gestión y construcción del conocimiento.

El fútbol necesita esta clase medios, plataformas y comunidades alternativas donde siempre hay espacio abierto al debate, al respeto y a la construcción de nuevas ideas. La renovación del entorno de la gestión del conocimiento puede fortalecer el músculo de la opinión y espacios alternativos en un contexto lleno de oportunidades, como lo es el fútbol. Masas de hinchas (por ejemplo, el *fanpage* oficial de Facebook del *Deportivo Cali* cuenta con más de 555.744 *likes*, 302.000 seguidores en *Twitter*, además que también cuenta decenas de *fanpages* de hinchas, entre ellas una con más de

248.000 *likes*), periodistas, instituciones deportivas, empresarios, etc. cada vez buscan más cómo y dónde encontrarse, interactuar y producir sinergias alrededor de lo que viven por este deporte.

Así, a través de sistemas de información digitales se pretende potenciar el contenido diferencial que esta comunidad produce, optimizando las interacciones generadas entre sus usuarios, para finalmente, divulgar y gestionar el conocimiento en un contexto colmado de información y oportunidades.

Relevancia para el diseño

A través de metodologías poco usuales para el contexto de la academia en Colombia y Latinoamérica, que integran procedimientos del diseño participativo y su aplicación en contextos sociales sobre intervenciones en comunidades de bajos recursos en vía de desarrollo, se pretende intervenir sobre un contexto diferente: el paradigma virtual.

En el paradigma de la virtualidad toma relevancia la presente investigación, debido a que se emplearán metodologías que generalmente son aplicadas en otros contextos. Esto puede enriquecer la perspectiva del diseñador como investigador, ofreciendo técnicas y procedimientos que pueden traer diferentes resultados y perspectivas, especialmente sobre proyectos de intervención en redes y comunidades nacidas pertenecientes a la virtualidad.

Finalmente se puede aportar en la perspectiva del diseñador en su papel como agente de cambio y su manera para comprender qué herramientas usa y sus límites a la hora de intervenir en comunidades, estableciendo diferencias entre este tipo de intervención y usuario colectivo con otros públicos.

³ “El individuo cobra protagonismo para diluirse en una red de contactos con los que participar y crear contenidos. El individuo, nombrado personaje del año por la revista *Time* en 2007, alcanza el máximo protagonismo en la Red. Los receptores de los medios de comunicación, los compradores, los consumidores, los trabajadores, los ciudadanos, los contribuyentes... se encuentran en sus manos la capacidad de hacerse oír, proporcionar contenidos, innovar, crear valor y poder ser escuchado en un espacio virtual interconectado que se extiende por el mundo.” (De Salas, 2010).

⁴ “La importancia de la información en esa trinidad casi sagrada de información, educación y entretenimiento, fue plenamente reconocida mucho antes de que las expresiones «sociedad de la información» y «tecnología de la información» alcanzaran, en los últimos años setenta y ochenta, la popularidad de que gozan hoy.” (Briggs, et al., 2002).

⁵ “En principio, los medios intentan «educar» al ciudadano, esto es, llevarlo a un lugar o a otro, conducir su mente y su camino por un lugar u otro, según los intereses de los medios y, es más, según el orden occidental. Sin embargo, eso no significa que se consiga siempre y por sistema lo que se persigue. La funcionalidad del mensaje es elevada, cierto, pero no infalible. Si así fuera, la URSS no hubiera desaparecido del mundo (...). Ni en Venezuela habría sido elegido y reelegido Hugo Chávez (1998-2009) ni en Francia y Holanda los ciudadanos hubieran rechazado la mal llamada Constitución Europea (2005).” (Reig, 2010).

Marco teórico

Revisión bibliográfica

Para la referenciación teórica y conceptual del presente proyecto se abarcaron las siguientes categorías a través de revisión de diversas publicaciones y obras que ayudaron a identificar bases y fundamentos de la presente investigación: comunidades virtuales, gestión y divulgación del conocimiento, y visualización de datos.

Comunidades virtuales

Dentro del marco de las comunidades virtuales es necesario comprender el significado de lo que es una comunidad, sus estructuras y características. Esto toma relevancia a la hora de interpretar y figurar la proyección y las tendencias de las comunidades virtuales (el por qué, cómo y para qué).

“Una red es cualquier colección de objetos en los cuales algunos pares de estos objetos se encuentran conectados por enlaces.” (Easley, D. Kleinber, J., 2010). Esta definición se puede interpretar y comprender de diversas maneras, dependiendo del contexto de la red y de las relaciones y conexiones que determinan los enlaces.

“Una comunidad virtual es una red de entorno abierto”. (Shan, Xin, Wang, Li & Li, 2013). En este orden de ideas, una interpretación de red es la comunidad, comprendida como red social, que enmarca y comprende parte del contexto del presente proyecto de investigación. La Cultura Alternativa del Fútbol (CAF) es una comunidad virtual o una comunidad online que *“se utiliza cuando individuos dentro de un grupo personal o profesional eligen interactuar unos con otros vía internet”* (Colachico, 2010). Eso implica que esta comunidad está compuesta por un grupo de individuos que comparten una decisión fundamental: interactuar entre ellos vía internet.

Previamente a una interpretación de proyección y tendencias de las comunidades virtuales es fundamental comprender cómo se estructura y categoriza la comunidad CAF frente a otras comunidades para así poder tener los fundamentos que se relacionan a la hora de diseñar e intervenir sobre esta comunidad. Äkkinen (2005) enuncia doce principios que definen una comunidad virtual. Estos principios se encuentran definidos en función jerárquica (donde el principio principal se encuentra apoyado por los demás). Estos son:

- Propósito / Objetivo (principio principal): la comunidad existe debido a que los miembros comparten un propósito en común el cual únicamente puede ser llevado a cabo en conjunto.
- Identidad: los miembros pueden identificarse entre sí y construir relaciones.
- Reputación: los miembros pueden construir reputación basándose en las opiniones expresadas por otros.
- Gobernanca: los miembros se asignan funciones de gestión entre sí, permitiendo el crecimiento de la comunidad.
- Comunicación: los miembros deben estar en capacidad de interactuar entre sí.
- Grupos: los miembros de la comunidad se agrupan entre ellos de acuerdo a intereses o tareas comunes.
- Entorno: un entorno sinérgico permite a los miembros de la comunidad alcanzar su propósito.
- Límites: la comunidad conoce por qué existe y qué o quién está fuera o dentro de su alcance.

- **Confianza:** la construcción de confianza entre miembros de la comunidad permite eficiencia grupal y resolución de conflictos.
- **Intercambio:** la comunidad reconoce vías de intercambiar valor como el conocimiento, experiencias, respaldo, etc.
- **Expresión:** la comunidad en sí tiene un ‘alma’ o ‘personalidad’ y los miembros de la comunidad son conscientes de lo que hacen los demás miembros.
- **Historia:** la comunidad debe tener un registro de los acontecimientos ocurridos y debe reaccionar y cambiar en respuesta a esto.

Por otro lado, *Äkkinen* propone una clasificación de las comunidades virtuales de acuerdo a varios criterios: clasificación basada en contenido, clasificación basada en ingresos y clasificación de miembros. Para este caso se estudiará la clasificación basada en contenido y la clasificación de miembros, debido a que los ingresos no se encuentran dentro del contexto de la investigación.

● Clasificación basada en contenido.

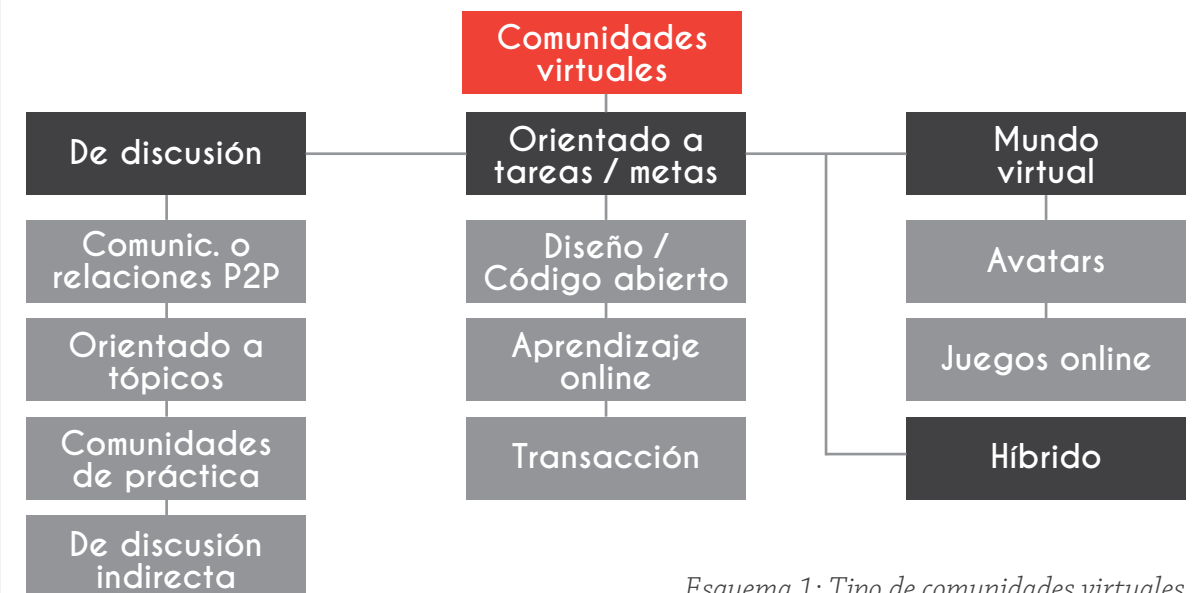
La clasificación más clara en base al contenido de las comunidades virtuales es un modelo propuesto por *Stanoevska-Slabeva* y *Schmid* (2001), el cual divide la comunidad en cuatro grupos: discusión, orientación a tareas/metras, mundo virtual e híbrido.

“El primer grupo (discusión) son comunidades dedicadas al intercambio de información en referencia a un tema definido. Su énfasis es la generación de contenido y su intercambio está relacionado con un tema claramente definido. Cuatro sub-comunidades están inmersas en este grupo: 1) comunicación o relaciones persona a persona (por ejemplo, comunidades de relaciones y alianzas sociales y de ayuda), 2) orientado a tópicos (por ejemplo, comunidades de deportes, comunidades alrededor de un producto, comunidades ecológicas, etc.), 3) comunidades de práctica,

las cuales emergen en organizaciones acerca de algún tema, y 4) comunidades de discusión indirecta con comunicación indirecta entre sus miembros (por ejemplo la comunidad de crítica de Amazon.com).

El segundo grupo está conformado por comunidades orientadas a tareas o metas que se refiere a comunidades que se esfuerzan en cumplir una meta a través de la cooperación. Se definen tres sub-comunidades orientadas a tareas o metas: 1) comunidades de transacción, donde el énfasis se encuentra en el rendimiento de las transacciones del mercado, las cuales se materializan en plataformas de comercio electrónico, 2) comunidades de diseño o código abierto (por ejemplo comunidades de código abierto, donde el objetivo principal es el diseño y el desarrollo de un producto), y 3) comunidades de aprendizaje online.

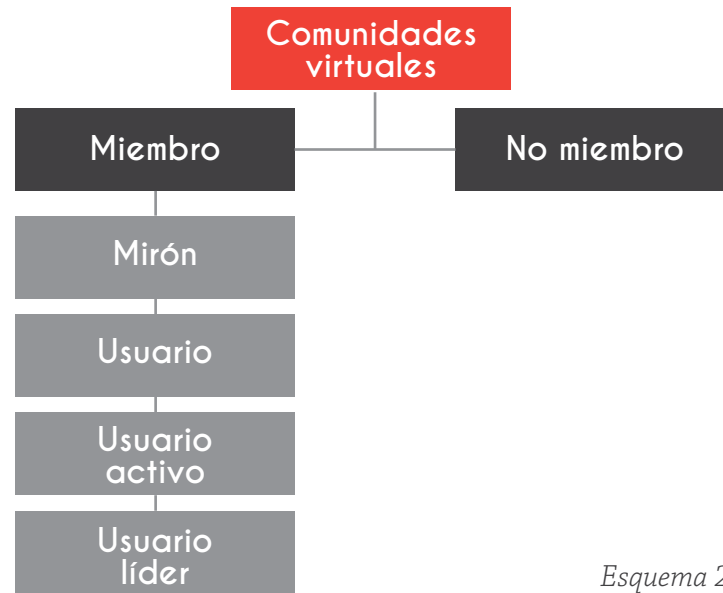
El tercer grupo, mundos virtuales, son comunidades en línea derivadas de mundos virtuales y juegos en línea. La información de participantes en mundos virtuales está definida con avatares. El último grupo, comunidades híbridas, puede contener todo tipo de comunidades.” (*Äkkinen*, 2005).



Esquema 1: Tipo de comunidades virtuales

- Clasificación de miembros.

Äkkinen plantea una clasificación de miembros muy sencilla de entender:



Esquema 2: Tipo de miembros

En esta clasificación se comprende en dos niveles de interés. El primer nivel de interés define si el individuo es miembro o no es miembro de la comunidad. El siguiente nivel, en donde el individuo debe ser sí o sí miembro de la comunidad, clasifica a este en otros niveles o arquetipos de membresía: *mirón*, *usuario*, *usuario activo* y *usuario líder*.

En este segundo nivel de interés, el *mirón* es un arquetipo que conforma la mayoría de miembros en una comunidad virtual. Es quien lee lo que los demás miembros escriben o comparten y no participa en discusiones ni plantea preguntas, ya que él mismo busca las respuestas a sus propios interrogantes en las discusiones que los demás miembros generan.

El siguiente arquetipo, el *usuario*, es quien genera información y comparte contenido a los demás. El contenido que este miembro genera es básico y no tiene valor diferencial o agregado para los demás miembros,

a diferencia del *usuario activo* o *usuario líder*.

El *usuario activo* tiene la capacidad de crear contenido relevante a miembros nuevos de la comunidad y son referenciados por estos fácilmente como guía en la solución de sus interrogantes. Y por último, el *usuario líder*, que está definido como un usuario que se encuentra al margen de la conducción o liderato. Estos miembros están más interesados en comunicación y entretenimiento que en el mismo contenido ofrecido.

Anteriormente a estas clasificaciones expuestas, se afirmó que una comunidad virtual se encuentra compuesta por un grupo de individuos que comparten la decisión de interactuar entre ellos *vía internet*. Pero resulta que más allá de esa decisión compartida fundamental, existe una serie de niveles que categorizan las redes sociales, comunidades y grupos formados por humanos. Según *Clay Shirky (2008)*, existen tres niveles de compromiso o esfuerzo grupales que comparten las comunidades y redes sociales, llamada *Escalera de Actividades*. Los tres niveles de esta escalera son colaborar/compartir, cooperar y la acción colectiva:

- **Colaboración/compartir:** es el primer peldaño de la escalera y el más básico de compromiso grupal, que crea la menor demanda en los participantes. Aquí estos individuos comparten información a los demás.
- **Cooperación:** es el siguiente peldaño de la escalera y tiene un nivel de complejidad mayor al de colaboración. Este peldaño involucra cambiar el ambiente de un individuo para sincronizarlo con otros individuos que a la vez están cambiando su ambiente para sincronizarlo con el de dicho individuo. Bajo este nivel se crea una identidad grupal.

En este esfuerzo grupal se desarrolla la producción colaborativa, en la cual se deben tomar decisiones colectivas porque ninguna persona toma créditos de los objetivos grupales, y estos no se pueden hacer realidad sin la participación de varios individuos. Es decir, los objetivos grupales

van de la mano con la participación de la red de individuos.

- **Acción colectiva:** es el último nivel y el más difícil de desarrollar en términos de compromiso y esfuerzo grupal. Requiere que un grupo de personas se comprometan en realizar juntos un esfuerzo particular en la manera que la decisión del grupo vincule cada uno de los miembros. Este peldaño de la escalera crea responsabilidad compartida, atando la identidad del usuario con la identidad del grupo.

Vale la pena aclarar que estos niveles de compromiso y esfuerzo grupal no deberían ser ordenados por nivel de importancia (es decir, afirmar que la acción colectiva es más importante que la colaboración o compararlas de esta manera) porque Shirky establece esta clasificación a partir de niveles de complejidad, no de importancia, y una necesita a la otra para poderse desarrollar, así como se camina sobre una escalera: primero se da un paso sobre el primer peldaño para seguir con el segundo peldaño.

La *Escalera de Actividades* permitirá comprender a fondo las razones de la existencia de la *Cultura Alternativa del Fútbol*, su propósito y adicionalmente identificar la clase de interacciones entre los individuos que conforman esta comunidad.

Ahora bien, la dimensión de estas redes sociales, comprendidas como comunidades, se determina por un nivel de complejidad bastante singular. Conociendo los niveles de compromiso e indagando sobre estos, Shirky analiza términos sobre la estructura y complejidad grupal bajo la premisa en la cual llegar a un acuerdo entre dos personas o grupos pequeños es fácil, pero en grupos grandes la complejidad es mucho mayor.

Shirky argumenta que esto se dirige a que los grupos no son agregados de los individuos, dado que cuando un grupo crece, se torna imposible para que un individuo interactúe directamente con todos los demás. Esto lo explica un ejemplo cotidiano de una red social: el *brindis*. Cuando se realiza un brindis entre cuatro personas, todos tienen la oportunidad de acer-

car las copas entre sí, pero en un grupo de veinte personas brindando, los individuos de este grupo optan por acercar las copas entre los dos o tres que estén más cercanos.

En vista de la interpretación de las comunidades virtuales y sus comportamientos, Bandura (2001) ofrece la *Teoría Cognitiva Social*, que ayuda a explicar la relación entre la divulgación del conocimiento en comunidades virtuales a través de sistemas de información. Esta teoría «se ha aplicado ampliamente con validez demostrada como referencia bibliográfica en los sistemas de información. La teoría define el comportamiento humano como una interacción triádica, dinámica y recíproca de los factores personales, del comportamiento y del sistema (red social). Los factores que afectan el funcionamiento humano, basándose en el centro de la teoría, son la autoeficacia y las expectativas de los resultados. La autoeficacia es “un juicio de la propia capacidad para organizar y ejecutar determinados tipos de ejecuciones”, mientras que la expectativa de resultado es “un juicio de las probables consecuencias producidas por las ejecuciones”. Varios estudios recientes sobre la Teoría Cognitiva Social han examinado la relación entre la cognición personal, auto-eficacia y/o expectativas de resultados, y el uso del computador y de los comportamientos de la Internet.» (Chiu et al., 2006). Esta teoría fundamenta la comprensión de los comportamientos individuales y expectativas de los individuos que interactúan en una comunidad virtual.

Del mismo modo, la *Teoría Cognitiva Social* se limita a un nivel interno en el contexto comunitario o de red social, pero para esto existe la *Teoría de Capital Social*, que complementa la primera teoría, explicando el impacto macro y social de las redes sociales y comunidades sobre los comportamientos de los individuos, a través de sistemas de información y la gestión y divulgación del conocimiento. «La teoría de Capital Social sugiere que el capital social, la red de relaciones que posee un individuo o una red social y el conjunto de recursos inmersos en estos, influyen fuertemente en la medida que se produce el intercambio y divulgación del conocimiento interpersonal. Bandura argumenta que el comportamiento de los individuos

es un producto de sus redes sociales. A través de interacciones sociales estrechas, los individuos son capaces de aumentar la profundidad, amplitud y eficiencia del intercambio del conocimiento.» (Bandura, 2001).

A partir de las dos teorías expuestas se pueden establecer dos niveles para la interpretación de las redes sociales y comunidades virtuales: un nivel individual (micro) y un nivel social (macro), y según los dos postulados teóricos ambos niveles deben comprenderse como un sistema que no es posible de comprender si no se encararan por igual. Esta es una de las claves del presente proyecto de investigación, ya que se infiere que se debe diseñar para el individuo y su contexto social. Estos comportamientos fundamentales de comunidades y redes sociales posibilitan la comprensión para la intervención sobre estas, propósito de este proyecto investigativo. Esto implica la estructuración de criterios para efectuar dicha intervención, como la diferenciación de comportamientos y experiencia de usuario entre una comunidad y un individuo: no es lo mismo diseñar para una persona que diseñar para un grupo, y existen diferentes riesgos y reacciones que deben tomarse en cuenta.

Gestión y divulgación del conocimiento

“La gestión del conocimiento es el proceso de capturar y aprovechar la experiencia colectiva de una organización”. (Kumar & Thondikulam, 2005). Las comunidades virtuales permiten a los usuarios, individuos, participantes, etc. contribuir sobre estas mismas comunidades o redes, mediante el compartir, la gestión y la divulgación del conocimiento. Kumar y Thondikulam afirman que uno de los mayores retos de las comunidades virtuales hace referencia a algo directamente relacionado con lo anteriormente enunciado: la voluntad de compartir información con los demás. La relación entre los dos conceptos fundamentales de la presente investigación (comunidades virtuales y gestión y divulgación del conocimiento) abre la necesidad en la comprensión del presente reto manifestado y cómo se puede abarcar.

Una de las razones que explica este reto es el motivo para compartir información en una comunidad virtual. La motivación de intercambio se asocia a una causa relacionada con los intereses del individuo, en los cuales las conductas son estimuladas principalmente por los beneficios y responsabilidades relacionadas con la comunidad. Es decir, el intercambio de información y conocimiento en una comunidad virtual no se materializa como una obra caritativa, sino que es un flujo mediado por intereses comunes e individuales.

La gestión del conocimiento, como inicialmente se esclareció, es un concepto ampliamente difuso para determinar. En este caso su encuadre se encuentra orientado hacia la relación directa que se deriva de las comunidades virtuales. La gente se beneficia de las organizaciones virtuales de conocimiento (entiéndase *organizaciones* como un grupo, comunidad o red social), liberándose de las limitaciones que proveen conocimiento en el mundo real, accediendo a nuevos conocimientos, experiencias e ideas que no se encuentran disponibles en los límites de las organizaciones enmarcadas bajo el paradigma de la realidad (Shin & Kook, 2012).

Precisamente una característica de las organizaciones virtuales de conocimiento, que las diferencia de las organizaciones, redes y comunidades en el mundo real, es que el conocimiento procesado a través de estas se hace explícito en el camino de la digitalización y gestión del conocimiento, y se convierte en patrimonio común en beneficio de todos los grupos participantes. Este postulado se traduce en la distinción que hace referencia a la gestión del conocimiento en el paradigma virtual, evidenciando superficialmente el papel protagonista de las comunidades virtuales para la gestión y divulgación de la información y el conocimiento.

Visualización de datos

La visualización de datos es el elemento a estudiar que brindará el componente diferenciador e innovador al presente proyecto investigativo. A través de esta se pretende presentar la información producida en la comu-

nidad virtual *CAF* de una manera no convencional que, al momento de intervenir sobre ella, refleje el proceso investigativo en un sistema de información digital innovador.

Michael Friendly (2009), norteamericano especialista en historia de la visualización de la información, describe esta como “*está generalmente aplicada a la representación visual de colecciones de larga escala de información no-numérica, como archivos y líneas de código en sistemas de software, catálogos y bases de datos bibliográficas, redes de relaciones en internet, entre otros*”.

La visualización de datos e información es una práctica muy antigua de la humanidad. *Friendly* ilustra esta historia asociándola a acciones, tareas y necesidades del ser humano en algunos puntos históricos relevantes, en especial por el auge de la estadística, que creó una gran necesidad en el ser humano para desarrollar destreza en la visualización de datos.⁶

Recientemente se gozan de muchas herramientas para la visualización de datos y la computación estadística, además el desarrollo de la interacción hombre-computador ha ofrecido nuevos paradigmas que exploran la información gráfica de una manera dinámica. Estos avances en la visualización de datos permiten actualmente el trabajo y manipulación en bases de datos, redes, grande información basada en texto, entre otros retos.

Por otro lado, *Friendly* presenta *ACCENT*, los principios para la representación gráfica eficaz, que enfatizan seis aspectos que determinan la efectividad para visualizar datos, basándose en que la esencia de un gráfico es la comunicación clara de la información cuantitativa. Los seis principios son: aprehensión (capacidad para percibir correctamente las relaciones entre las variables), claridad (habilidad para distinguir visualmente todos los elementos de un gráfico), consistencia (habilidad para interpretar un gráfico basado en la similaridad a gráficos previos), eficiencia (capacidad para retratar una relación posiblemente compleja en la manera más sencilla posible), necesidad (la necesidad del gráfico y los elementos gráficos, en su

identificación) y veracidad (habilidad para determinar el verdadero valor representado por cualquier elemento gráfico por sus magnitudes relativas a la escala implícita o explícita).

Como conclusión, el marco de referencia ayuda a comprender los antecedentes y manipular el futuro de la comunidad virtual *CAF* bajo criterios que permiten identificar cómo interactúa la red de individuos que comprenden esta comunidad, cómo se podrá intervenir sobre ella y para qué dicha intervención. Además el hecho de categorizar esta comunidad y poderla estructurar y diseccionar abre una serie de fundamentos para realizar una intervención oportuna y lógica.

El hecho de que la comunidad *CAF* sea una comunidad de discusión orientada a un tópico (fútbol) abre una puerta a que la visualización de datos e información pueda tomar un papel protagonista dentro de este proyecto. Esto se justifica por el hecho de que la comunidad se encuentra bajo una clasificación basada en contenido, y esto representa información, datos y por cuestiones lógicas, contenido generado por la comunidad que puede ser aprovechado con técnicas novedosas de visualización y análisis de información y datos.

⁶ *Friendly acerca el nacimiento de técnicas de visualización de datos con la elaboración de mapas que permitían precisar una representación del planeta y ofrecer una guía a los navegantes. Para el siglo XVI las técnicas e instrumentos de observación se caracterizaron por altísima calidad y precisión, iniciando un auge en lo que se conoce como visualización. El siglo XVII se caracterizó por la fomentación a la teoría y el nacimiento de la práctica (crecimiento de la geometría analítica, surgimiento de la teoría de la probabilidad y el nacimiento de estadísticas demográficas y la aritmética política). Finalmente, para los siglos XVIII y XIX se acumularon grandes archivos en temas demográficos, médicos, etc. que representaron un gran reto para los Estados como objeto de estudio, lo que permitió que se diera apertura al pensamiento estadístico, acompañado por el pensamiento visual para la representación del razonamiento estadístico y la relación entre números y su geografía.*

Estado del arte

Los siguientes proyectos referencian e inspiran la presente investigación:

Panenka

Fecha: 2013

Autores: Áxel Torres, Aitor Lagunas, César Sánchez, Roger Xuriach y Toni Padilla.

Lugar: España

Objetivo: Encontrar objetividad en temas deportivos a través de un sistema de información.

Descripción: Ante la situación de una crisis periodística deportiva en España (especialmente en el fútbol, los medios estaban segmentados por el *madridismo* y *barcelonismo*), un grupo de periodistas de nuevas generaciones decide crear su propio proyecto periodístico para colmar las aspiraciones de los lectores que desean consumir buen periodismo acerca de este deporte.

Características técnicas: Revista real por suscripción y sistema de información digital (www.panenka.org).

Aporte: Este proyecto aporta a este proceso de investigación como referencia en la creación de contenidos, además que es un proyecto impulsado fuertemente desde el mercadeo y la publicidad, que de alguna u otra manera colaboran en la divulgación del conocimiento. Las estrategias abordadas para la divulgación del proyecto (www.vimeo.com/25174853) son una referencia muy interesante para analizar y asociar con lo que

puede ocurrir en la *Cultura Alternativa del Fútbol*.



Esferapública

Fecha: 2012.

Autor: Jaime Iregui.

Lugar: Colombia.

Objetivo: Ofrecer un espacio que propicie la participación de distintas voces.

Descripción: *Esferapública* es un espacio de discusión donde los temas a debatir se van definiendo a partir de los textos que proponen sus afiliados y colaboradores (artistas, críticos, curadores, gestores, docentes) quienes reflexionan sobre la actividad artística, las prácticas institucionales y eventos como salones de arte, bienales y curadurías independientes e institucionales.

Características técnicas: Plataforma web (www.esferapublica.org).

Aporte: *Esferapública* es una referencia muy completa a nivel de comunidad y las dinámicas que estas generan. Dirigir una comunidad virtual no es una tarea sencilla, hay que saber brindar herramientas y los espacios adecuadamente para que la comunidad pueda desenvolverse, y lo primordial, seguir existiendo y desarrollarse.

Facebook

Fecha: 2004.

Autores: Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz.

Lugar: Estados Unidos.

Objetivo: ayudar a los usuarios a comunicarse y compartir con las personas que forman parte de sus vidas.

Descripción: *Facebook* es un sitio web de redes sociales donde los usuarios pueden interactuar con sus amigos y personas más cercanas. La interacción está basada en una oferta muy completa de recursos y herramientas como chat, videollamadas, creación de grupos y eventos, búsqueda de usuarios en todo el mundo, recursos para compartir contenidos como texto, imagen y *video*, etc.

Características técnicas: Aplicación web y móvil (www.facebook.com).

Aporte: *Facebook* aporta al proyecto en temas de experiencia de usuario y creación de redes sociales, ya que este es uno de los máximos exponentes en temas de redes humanas y mundo digital. Los recursos y herramientas ofrecidas por Facebook para que sus usuarios interactúen y puedan compartir información y comunicarse son un conjunto esencial y determinante para comprender que las dinámicas para gestionar y divulgar información evoluciona constantemente.



Twitter

Fecha: 2006.

Autores: Jack Dorsey.

Lugar: Estados Unidos.

Objetivo: Conectar usuarios con sus amigos y otras personas. Obtener actualizaciones instantáneas de las cosas que les interesan. Mirar los eventos que se están desarrollando, en tiempo real, desde todos los ángulos.

Descripción: Twitter es un sitio web de *microblogging* que permite crear mensajes de texto con un máximo de 140 caracteres, denominados *tuits*. Los *tuits* se visualizan en la página principal de los usuarios y se ofrecen dinámicas para compartir tuits entre usuarios.

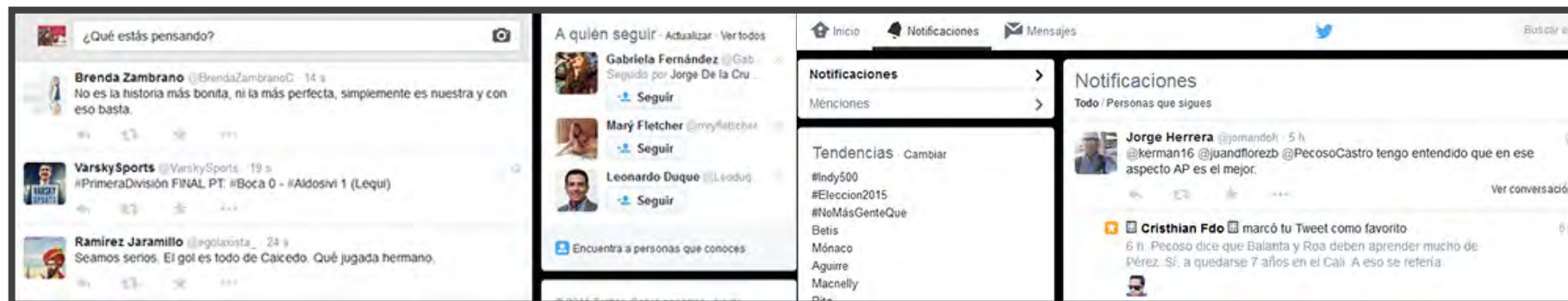
Características técnicas: Aplicación web y móvil (www.twitter.com).

Aporte: Twitter permite observar cómo la información entre usuarios se convierte y transforma en una dinámica para gestionar conocimiento y diversos movimientos en el paradigma virtual. Además la manera en que el sistema analiza la información producida y crea recomendaciones representa una manera para construir herramientas y recursos que gestionen el conocimiento a partir de la información.

Conclusiones

La referenciación con proyectos reales relacionados con las categorías asociadas a este proyecto de investigación permiten llegar a las siguientes conclusiones:

- La Cultura Alternativa del Fútbol es una comunidad virtual con alto potencial para generar la divulgación y gestión del conocimiento.
- A la hora de realizar una intervención a través del diseño sobre una comunidad virtual es fundamental tener en cuenta los riesgos que se toman y que estos no son los mismos que se asumen cuando se diseña para un público o usuario definido. Una comunidad presenta características y comportamientos diferentes a un usuario específico.
- A la hora de realizar la intervención sobre la comunidad en estudio, se debe tener en cuenta los niveles de interpretación y comportamiento de esta comunidad:
 - ◆ Cómo el individuo se comporta a través de sus expectativas y las interacciones con los demás, y cómo esto afecta la red social o comunidad en la que interactúa.
 - ◆ Cómo los comportamientos de una comunidad o red social afectan los individuos y sus comportamientos.



- La intervención a realizar se dividirá en dos módulos:
 - ◆ Proyección de la comunidad *CAF*, donde se realizará un trabajo de definición e interpretación actual esta comunidad, para luego tener un instrumento para medir y evaluar la comunidad a través de los futuros procesos de intervención.
 - ◆ Intervención sobre entorno de la comunidad y definición de nuevos recursos de interacción que tendrá la comunidad a disposición.
- Los sistemas de información, las comunidades virtuales y la divulgación y gestión del conocimiento se encuentran estrechamente ligados y permiten abrir el camino para la creación de un sistema de información mediante la intervención a través del diseño sobre la comunidad virtual *CAF* para la gestión y divulgación del conocimiento que esta genera.
- La visualización de datos e información comprenderá la base innovadora del presente proyecto investigativo.

Metodología

Para la investigación se decidió emplear una metodología cuantitativa y cualitativa: encuesta y sesión de diseño participativo. El grupo objetivo de estudio comprende únicamente miembros de la comunidad virtual CAF. Todas las encuestas serán dirigidas y diligenciadas por dichos miembros y la sesión de diseño participativo se realizará con estos.

Objetivos

A continuación se presentan los objetivos que se pretenden alcanzar:

- Identificar datos demográficos clave de la población de la comunidad CAF.
- Construir un perfil concreto de la comunidad virtual *Cultura Alternativa del Fútbol (CAF)*.
- Descubrir necesidades presentes en la comunidad CAF y oportunidades a través de sus miembros.
- Vincular las necesidades u oportunidades identificadas con las características contempladas en el perfil de la comunidad CAF.
- Relacionar debilidades de la comunidad a través del perfil de la comunidad CAF e identificar cuáles son asociables a factores de la gestión y divulgación del conocimiento.
- Asociar categorías y oportunidades a principios que estructuran la comunidad CAF para identificar factores concretos que se relacionen con las necesidades de esta comunidad.

Encuesta

Basándose en los *12 Principios De La Colaboración (Digital Places, 2000)*, una adaptación y aplicación de los *12 Principios De La Civilización (Typaldos, 2000)*, se diseñó una encuesta que permitirá construir un perfil de la comunidad virtual CAF y su estructura de acuerdo a dichos principios de la colaboración que definen esta comunidad como una comunidad virtual. El propósito se encuentra en la definición y visualización concreta de la comunidad CAF bajo criterios establecidos y definidos, para próximamente poder analizarla próximamente y ejecutar un plan de proyección y visión de un ideal como comunidad.

Para complementar la estructura y diseño de este instrumento, se tomará como referencia de análisis e implementación de técnicas de mejora al sistema DOFA (SWOT), que enseña una metodología para conocer la situación de una organización o proyecto desde la perspectiva de factores externos (amenazas y oportunidades) y factores internos (debilidades y fortalezas) para la planeación de estrategias y mejoras a futuro. Los factores del DOFA fueron asociados a los doce principios de la colaboración para construir las bases que determinan el perfil propuesto para la comunidad virtual en intervención.

El diseño del instrumento se basó en realizar una medición de cada uno de los doce principios de la colaboración como factores relevantes asociados a la comunidad CAF (de esta manera serán representados los doce principios a los encuestados). Los doce principios a medir son: Propósito (expresado también como Herramientas), Identidad (expresado como Identidades o Vías de identificación), Reputación, Gobernanza (expresado también como Regulación), Comunicación, Grupos, Entorno (expresado como Entorno e Interfaz), Límites, Confianza (dividido en dos módulos, en términos de privacidad y en términos de mecanismos de interacción), Intercambio, Expresión e Historia (dividido en dos módulos, en términos de contenido y miembros).

Cada uno de los factores tendrán una reseña que ayudará al encuestado comprender qué significa y tendrá una escala de medición de 1 a 5, donde 1 es la connotación más débil y 5 es la connotación más fuerte. Adicional al módulo de los factores relevantes asociados a la comunidad se tendrán en cuenta datos demográficos:

- Género: femenino, masculino u otro.
- Edad.
- Pseudónimo (identidad que emplea como miembro en la comunidad CAF).
- Tipo de usuario.
 - ◆ Lector (lee como única actividad dentro de la comunidad).
 - ◆ Usuario eventual (ocasionalmente produce y/o comparte contenido).
 - ◆ Usuario activo (produce y/o comparte contenido, y está en capacidad de solucionar y/o guiar interrogantes de los demás).
 - ◆ Conductor (produce y/o comparte contenido y además está al tanto de las dinámicas que se generan en la comunidad y sus recientes temas de conversación).

Con esta información se podrá construir un perfil de la comunidad bien definido, además relacionar cuáles son sus debilidades y asociarlas con el objetivo general el cual se basa en la gestión y divulgación del conocimiento para finalmente orientar la intervención a una futura etapa de determinantes y propuestas de diseño.

Sesión de diseño participativo

El proceso de identificación de necesidades y oportunidades en la *Cultura Alternativa del Fútbol* se podía desarrollar a través de dos vías diferentes: interpretación del estudio cuantitativo realizado (encuesta), y a partir de esa interpretación inferir y deducir las necesidades y oportunidades; o desarrollar esa etapa de diseño en conjunto con los miembros de la CAF, quienes son los implicados directos en el proceso investigativo.

Se optó por realizar la presente etapa convergente de diseño en conjunto con miembros de la CAF en vez de realizarla de manera individual, para enriquecer el proceso de trabajo de campo y, por el hecho que se diseña para una comunidad virtual, se tiene la convicción que involucrando directamente a miembros de la CAF en procesos de diseño se pueden obtener resultados más atractivos y sobresalientes para elaborar las siguientes fases de diseño con procesos y argumentos previos más robustos y mejor sustentados.

Luego de definir el modelo de estudio a realizar, se procedió cómo desarrollarlo. Para esto se tomó como referencia el diseño colaborativo en modalidad de *Diseño Centrado en las Personas (Human Centered Design)* planteado por IDEO.org, quienes lo describen como “un proceso y un conjunto de técnicas que se usan para crear soluciones nuevas para el mundo. Estas soluciones incluyen productos, servicios, espacios, organizaciones y modos de interacción. La razón por la que este proceso se llama 'centrado en las personas' es por el hecho de que en todo momento, está centrado en las personas para quienes se quiere crear la nueva solución. El proceso DCP comienza examinando las necesidades, los sueños y los comportamientos de las personas que se verán beneficiadas por las soluciones resultantes. Se pretende escuchar y entender lo que estas personas desean, lo que necesitan. A eso le llamamos la dimensión de lo que es deseable. A lo largo de todo el proceso de diseño miramos al mundo a través de esta perspectiva.” En este caso, se centra en los miembros de la comunidad virtual CAF para crear nuevas soluciones, examinando sus necesidades, deseos, ambiciones y comportamientos.

Se adaptó una etapa de la metodología del *DCP* llamada *Crear*, la cual *IDEO.org* describe “*el equipo trabajará en un ejercicio cuyo fin será recopilar lo que se ha observado en las personas para ponerlo en marcos teóricos, oportunidades, soluciones y prototipos. Durante esta fase pasarán de un pensamiento concreto a un pensamiento más abstracto en la identificación de temas y oportunidades, para después volver a lo concreto mediante soluciones y prototipos.*”, para desarrollar una actividad de diseño colaborativo con miembros de la *CAF*. La actividad se basó en cuatro módulos principales:

1 Desarrollo del enfoque:

En la primera etapa se desarrolla planeación de la actividad y selección de participantes. Para esto el *DCP* sugiere realizar una selección dependiendo del contexto a intervenir. En este caso es una comunidad virtual cerrada en la cual se gestiona y construye el conocimiento, por lo cual se fijaron dos criterios de selección: los participantes deben tener historia como miembros de la *CAF* y deben ser participantes activos, reconocidos por los demás en tema de aportes a la comunidad.

2 Compartir historias:

En esta etapa ya se ha realizado la convocatoria y en reunión con los miembros en un lugar con todo preparado, se inicia la actividad. Lo primero que se debe realizar en esta instancia es formular preguntas a los demás que desaten conversaciones entre el equipo de diseño y suministrar información que ayude a imaginar soluciones para problemas que tenga la comunidad. Se diseñaron dos preguntas para esta etapa de contar historias:

- ◆ ¿Cree que la comunidad *CAF* es valiosa? ¿Por qué?
- ◆ ¿Qué circunstancia haría que usted saliera de la *CAF*?

Las preguntas se realizan en orden de participantes y se les entrega un kit de diseño comprendido por un marcador, lapicero y blocs de *post-it* de colores amarillo, naranja y violeta. Luego de formular las preguntas al primer participante y este comience a contar sus anécdotas e historias, todos los demás deben estar atentos escuchando y haciendo breves apuntes en *post-it* amarillos con la siguiente información:

- ◆ Comentarios sobre la historia que escucharon.
- ◆ Información de interés que quiere resaltar de la historia.
- ◆ Críticas a la historia.
- ◆ Información que le llame la atención en general.

El proceso debe realizarse con cada uno de los participantes, incluyendo al investigador que también hace parte de la comunidad *CAF* y del equipo de diseño colaborativo, además de su rol como director y facilitador de la actividad. Al terminar todas las historias, cada participante debe tener un registro de *post-it* amarillos los cuales deberá pegar en la pared mientras expone uno por uno de sus apuntes a los demás. Al final se deberá obtener una matriz completa de *post-it* amarillos agrupados para cada uno de los participantes.

3 Identificar patrones:

En esta etapa de la actividad se invitan a los participantes crear parejas con las que seleccionarán 4 o 5 *post-it* con los apuntes más interesantes o relevantes que considere cada pareja. Al final deberá haber un grupo entre dieciséis y veinte *post-it* amarillos separados del grupo general. Se sugiere que la pareja no elija apuntes que les atribuya cuando contaron sus historias.

Luego de separar los apuntes más interesantes o relevantes de las histo-

rias contadas se procede a agrupar los *post-it*, esta vez entre todos los participantes. Los criterios para agrupar los apuntes se basan en ideas que les relacione. Luego de este paso, se procede a crear una categoría o patrón para cada agrupación que identifique y describa las ideas que contiene. Las categorías deben ser plasmadas en *post-it* violeta y deben ser pegados próximos a cada grupo que le corresponde. Debe tenerse en cuenta que las categorías o patrones deben estar a un mismo nivel representativo, es decir, que no se presenten categorías muy específicas y otras muy genéricas.

4 Crear áreas de oportunidad y necesidad:

Esta es la etapa final de la actividad, en la cual todos los participantes deben crear áreas de oportunidad o asociar necesidades a cada una de las categorías o patrones creados. Con *post-it* naranja, cada uno de los miembros debe realizar un ejercicio de reflexión en el que deben pensar en oportunidades, como una reformulación para los problemas y necesidades para que sean productivas y orientadas al futuro. Se sugiere que cada área de oportunidad sea formulada con un "*¿Cómo se podría...?*".

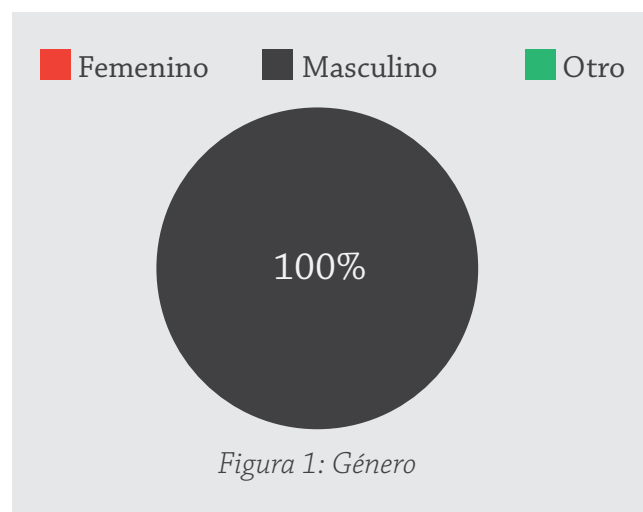
Al finalizar la etapa de creación de áreas de oportunidad, debe tenerse una matriz con categorías y diversas áreas de oportunidad planteadas para cada categoría. En este punto se da por terminada la actividad de diseño colaborativo y se obtiene material listo para ser analizado.

Resultados preliminares

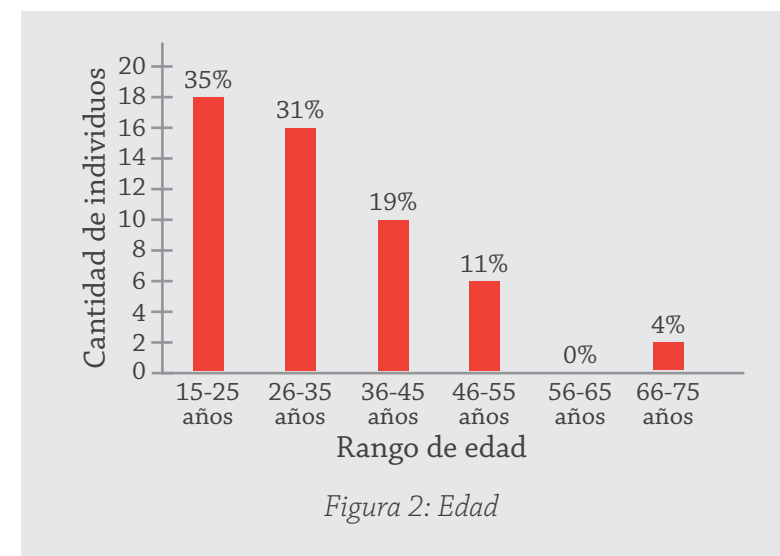
Perfil de la comunidad CAF

Luego de diseñar la encuesta y evaluarla, se dirigió a la comunidad CAF para que colaboraran en el estudio. En total se diligenciaron 52 formularios, una buena muestra de miembros de esta comunidad que permitirá realizar un perfil de comunidad con una base robusta de información y datos.

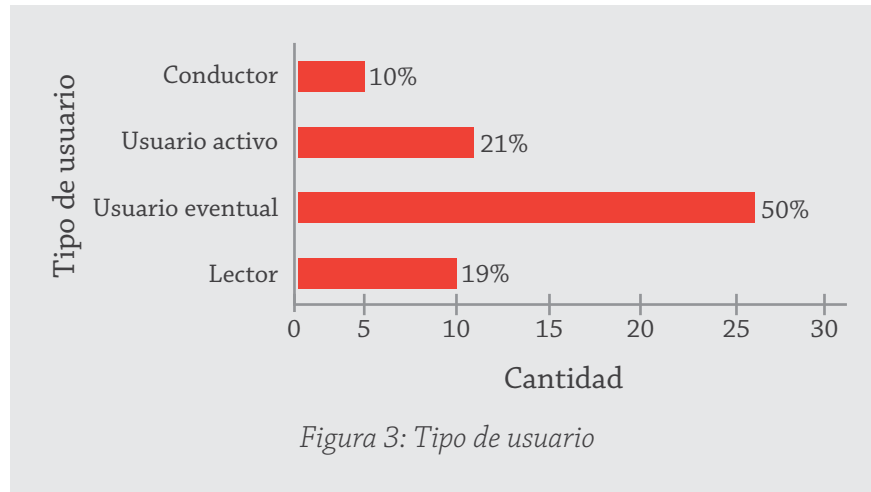
Los resultados del estudio en su apartado demográfico de la comunidad arrojaron los siguientes datos:



Los datos demográficos indican que hay una particularidad (quizá esperada) en el género, y es que el 100% de los miembros son hombres. No hay una mujer en el estudio, ni de otro género. Esto debe ser tenido en cuenta para dos cosas: primero es de suma importancia saber que se diseñará para hombres, y en segunda instancia comenzar a pensar en inclusión del género femenino en la comunidad.



En términos de edad, se observa que la mayoría de miembros se encuentran en los dos primeros rangos de edad (entre 15 y 35 años), representando un 66% de la muestra (24 individuos). El resto de la muestra se encuentra distribuida entre los 36 años y los 55 años, y una particular minoría comprendida por dos individuos que se encuentran en el rango de 66 y 75 años. La edad de los individuos arroja un promedio de 33,1 años, que se denota como un público adulto. Esta información genera un *target* para tener en cuenta a la hora de diseñar e intervenir sobre la comunidad. Sin embargo es relevante rescatar la diversidad de edades dentro de esta comunidad, se encuentran individuos desde los 20 años hasta los 68, algo que enriquece mucho el espacio y puede generar dinámicas interesantes para la gestión del conocimiento.

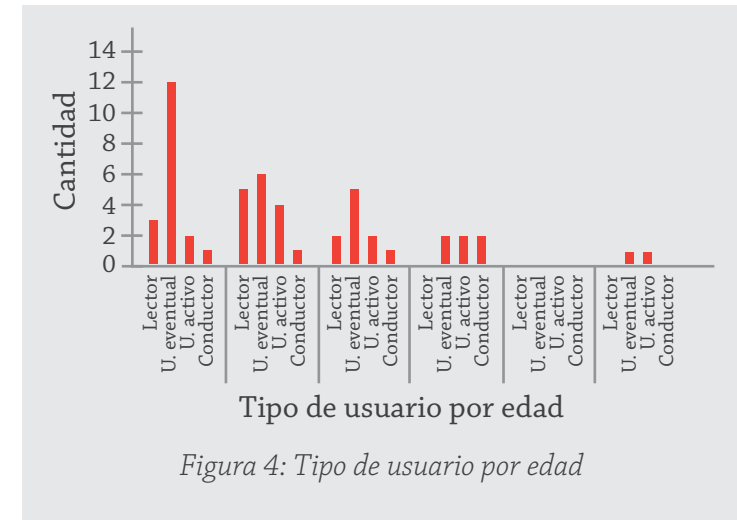


La mayoría de usuarios de la CAF son *usuarios eventuales* (50%), quienes ocasionalmente comparten y/o producen contenido, el resto de la muestra se encuentra repartido entre los *usuarios activos* (21%) y los *lectores* (19%), y una minoría de *conductores* (10%, cifra no despreciable). Esto se traduce en un ecosistema donde una mayoría de usuarios comparte información, otro sector media la información compartida y producida, ciertos miembros regulan las dinámicas creadas por esas dos mayorías, y un sector se encarga de leer.

De los 52 miembros que diligenciaron la encuesta, sólo uno no optó por escribir su pseudónimo (Tabla 1). Estos son los 51 miembros de la CAF que diligenciaron la encuesta, identificados por su pseudónimo:

deporcalinet, sony, Andres, cesarcali, Calvin, locoroman, villafrade, Cristian dale veeerde, gustavo8, jornando, fer.bar, radar, deporcali96, Valle es verde, Coccocho, Cenizo, SoloCali, carlos70, iron, Leo, verdiblanco, Hadolph, Hinchá Caleño, 100x100cali, Morlani, CamFrv, michmera, Camilov, Deuterio, Fer-valbuena, valcanico, josfermusic, LeMaSter, monin, Jeffer, Corazon Verde, napzter, Ángel Calidoso, TheScientist, eltranvia, Jelgonza, Kbeta, CHAR-LY-CALY, luedu01, jfcali, Donllano, jahn, mark678, Edagar06, GAP, y Jorge.

Cruzando la edad con los tipos de usuario (Figura 6) se observa un predominio de los *usuarios eventuales* entre 15 y 25 años, representando un 23,1% de la muestra. También el mismo tipo de usuario en el rango entre 26 y 35 años comprende un total de 6 miembros, representando el 11,5% de la muestra para un total de 34,6% (más de un tercio de la muestra) entre los 15 y 35 años de usuarios eventuales.



Para el segundo módulo de la encuesta (factores relevantes asociados a la comunidad virtual CAF) se evaluaron y analizaron los doce principios de la colaboración en términos de moda y promedio para finalmente construir el perfil de la comunidad en término de esos principios. Los resultados por factor (principio) fueron los siguientes:

- Propósito (Herramientas).

Hace referencia a cómo las herramientas (sistemas de recomendación, chats, foros de discusión, aplicaciones para gestionar el conocimiento, etc.) apoyan sus objetivos y permiten determinar la fortaleza en que los logros de los miembros sean desarrollados y cumplidos.

Propósito (Herramientas)			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
183	3,52	3	0,96

Tabla 1: Propósito

- **Identities / Vías de identificación:** Hace referencia al reconocimiento de las vías para identificar los demás miembros de la CAF, tales como información de usuario, identificación por historia en la comunidad, relaciones directas entre usuarios y capacidad de búsqueda de otros usuarios.

Identities / Vías de identificación			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
175	3,37	4	0,97

Tabla 2: Identidades

- **Reputación:** Hace mención a la reputación generada entre miembros de la CAF, teniendo en cuenta el nivel de participación, la cantidad y calidad de contribuciones, función en la comunidad o la retroalimentación y opinión de los demás miembros.

Reputación			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
138	2,65	3	1,17

Tabla 3: Reputación

- **Gobernanza / Regulación:** Tiene que ver en cómo se evalúan las normas comunitarias y la manera en que se hacen cumplir. También la existencia de reglas claras de comunicación e interacción y las maneras en que se moderan dichas interacciones. Cómo se mantienen los estándares de la comunidad y sus mecanismos de retroalimentación.

Gobernanza			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
200	3,85	4	0,83

Tabla 4: Gobernanza

- **Comunicación:** Se refiere a la disposición de un conjunto de vehículos y herramientas de comunicación.

Comunicación			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
202	3,88	4	0,90

Tabla 5: Comunicación

- **Grupos:** Refiriéndose si se permite tener una identidad grupal (subgrupos dentro de la comunidad CAF), que le haga a los miembros un lugar dentro de la comunidad con privilegios claros, maneras de administrar sus reglas grupales y el acceso a herramientas para implementar un propósito en conjunto.

Grupos			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
120	2,31	3	1,02

Tabla 6: Grupos

Entorno: Hace alusión si el entorno de la comunidad CAF le provee a los miembros una experiencia relevante y consistente en términos de navegación, facilidad de uso de la interfaz de usuario, funcionalidad, diseño, búsqueda de contenido y accesibilidad.

Entorno			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
191	3,67	4	1,08

Tabla 7: Entorno

Límites: Tiene que ver si los miembros identifican y distinguen quién es miembro, quién no lo es y quién no lo puede ser. Los miembros identifican o distinguen el acceso restringido a quienes no son miembros y el criterio de creación de membresía. E identifican el contenido generado por miembros y límites de áreas públicas, privadas y semiprivadas del entorno de la comunidad.

Límites			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
193	3,71	5	1,19

Tabla 8: Límites

Confianza (privacidad): Hace referencia si los miembros de la comunidad CAF confían que su información privada es segura y nadie la puede suplantar. Y confían que los administradores acceden a dicha información responsablemente.

Confianza: privacidad			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
221	4,25	5	0,84

Tabla 9: Confianza (privacidad)

Confianza (mecanismos de interacción): Se refiere si se proveen mecanismos que permiten a los miembros revelarse ante los demás y así ganar confianza.

Confianza: mecanismos de interacción			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
187	3,60	4	0,89

Tabla 10: Confianza (mecanismos de interacción)

Intercambio. Se refiere si se desarrolla intercambio de conocimiento, información, bienes o servicios, etc. entre miembros de la comunidad CAF.

Intercambio			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
133	2,56	1	1,53

Tabla 11: Intercambio

● **Expresión:** Hace mención al reconocimiento por parte de los miembros de la comunidad CAF hacia los temas recientes de discusión, quiénes son los que están llevando a cabo dichas discusiones, qué información se está compartiendo y para qué se llevan a cabo tales discusiones recientes.

Expresión			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
219	4,21	5	0,87

Tabla 12: Expresión

● **Historia (contenido):** Se refiere si la comunidad incluye un archivo de viejas contribuciones, con el mejor contenido generado por los miembros, resaltado o sintetizado.

Historia (contenido)			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
185	3,56	4	1,24

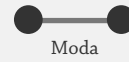
Tabla 13: Historia (contenido)

● **Historia (miembros):** Hace referencia al sentido del pasado y de historia de la comunidad por parte de los miembros de la comunidad CAF. Si son capaces de aprender de los errores de los demás. Y si recuerdan los miembros de la comunidad, así no estén activos, y están en capacidad de recordarlos individualmente y por lo que hicieron en el pasado en la comunidad CAF.

Historia (miembros)			
Sumatoria	Promedio	Moda	Desv. Est.
201	3,87	4	0,93

Tabla 14: Historia (miembros)

Los resultados del presente módulo de factores asociados a la comunidad virtual CAF y la construcción de sus métricas permitió elaborar el siguiente perfil (ver siguiente página):



Debilidad / Amenaza

1

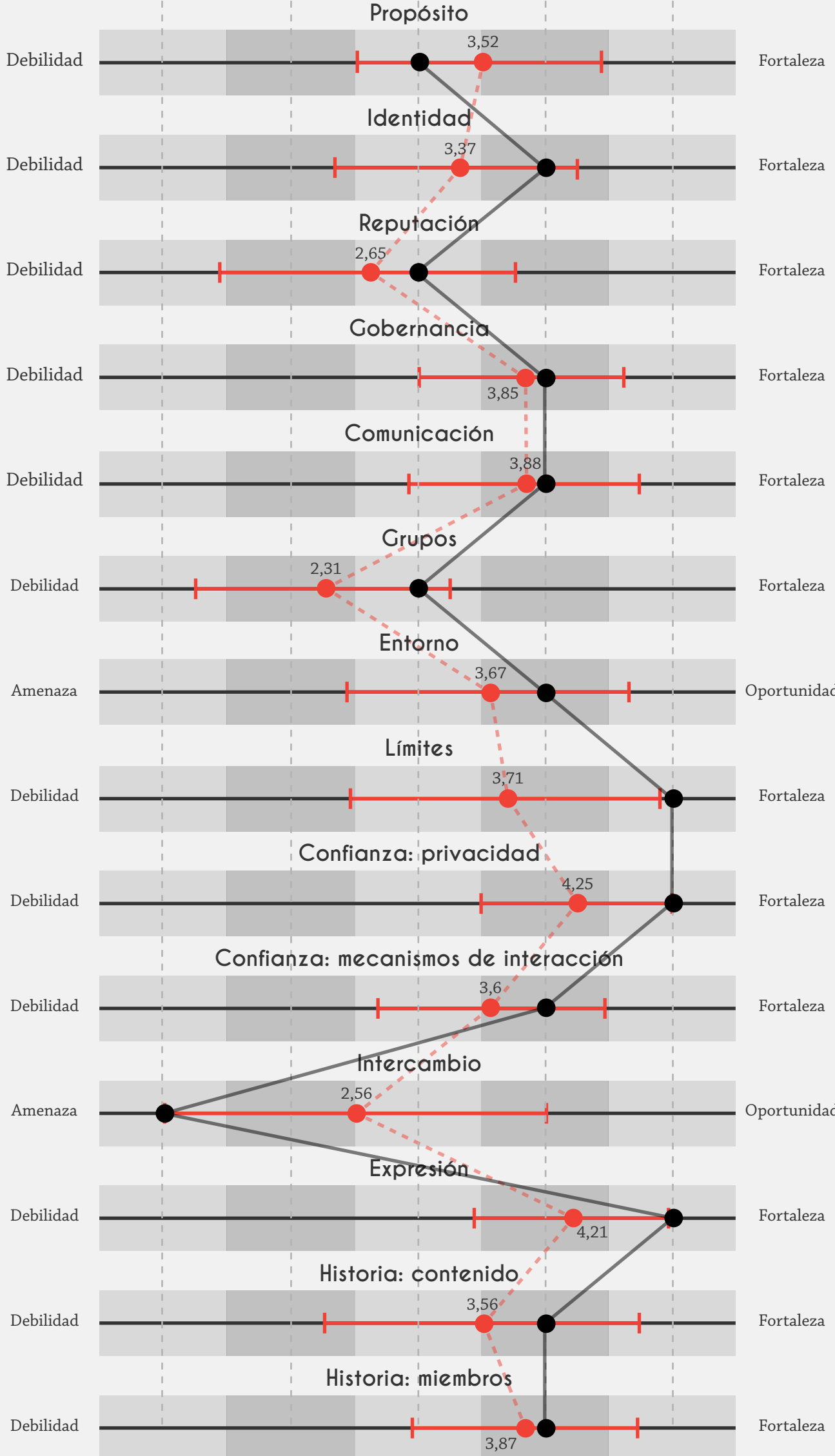
2

3

4

5

Fortaleza / Oportunidad



A partir del perfil desarrollado para la comunidad CAF se infiere e interpreta la identificación de las siguientes debilidades:

- La Reputación es un principio que puede ser identificado como debilidad. A pesar que la moda indique un 3, el promedio arroja una valoración de 2,65 puntos sobre 5 y la dispersión (1,17) se desvía mucho, lo cual tiende más a una distribución en zona de debilidad que de fortaleza.
- Los Grupos son quizá el principio en estado más crítico. Presentan un promedio de 2,31 sobre 5, una moda de 3 y una desviación de 1,02. Esto quiere decir que el área de dispersión está muy lejana a la moda (que no tiene una buena valoración como 3, pero es la mejor cifra evaluada por la comunidad ante el presente principio de la colaboración) y el área evaluada se encuentra claramente en zona de debilidad, lejos de ser una fortaleza.
- El Entorno es un principio que debe ser tenido en cuenta. No está a nivel crítico, pero tampoco está bien. Según las métricas tiene un promedio de 3,68 sobre 5 y una moda muy cercana de 4, pero una amplia dispersión de 1,08 que coloca en una zona muy regular debido a la cercanía entre moda y promedio.
- Las métricas de los Límites presentan un comportamiento muy similar al del Entorno, pero a diferencia de este, la moda de los Límites están en un 5 sobre 5 por fuera de la alta dispersión que refleja (1,19), además de una distancia en relación del promedio (3,71), lo que hace que esté asociado en zona de fortaleza, lejos de ser una debilidad.
- Las métricas de la Confianza en términos de mecanismos de interacción comunican un comportamiento muy similar al del entorno: promedio de 3,6 sobre 5, moda con 4, dispersión más corta de 0,89. Afinidad entre promedio y moda, y la desviación estándar finalmente ubica este principio en zona muy regular, a tener en cuenta.

- El Intercambio es el principio más particular en el perfil de la comunidad. Presenta una moda de 1 sobre 5 (el más bajo), un promedio de 2,56 y una muy dispersa distribución de datos evaluados por los 52 miembros de la CAF con 1,53 (que crea un extenso rango de 1 a 4). A partir de esto se llega a tres deducciones: el promedio y la moda tienen una valoración muy baja a pesar del extenso rango de dispersión; en segunda instancia, la desviación estándar es muy compleja, lo cual dice que hay datos que se diferencian en gran cantidad sobre la moda y promedio, representando diferencia de opinión entre los 53 encuestados; y finalmente, a modo de conclusión, debido a lo anterior, el Intercambio debe ser otro factor a tener en cuenta, ya que no es un principio que presente regularidad en sus métricas y tampoco tiene cifras que lo ubiquen en zona de fortaleza.
- Se puede interpretar que la Historia en términos de contenido presenta una valoración muy regular y debe ser tomada en cuenta también, igual que Entorno y Confianza en términos de mecanismos de interacción. Presenta un promedio de 3,56 sobre 5, moda de 4 y una amplia desviación estándar de 1,24.
- Los demás principios (Identidad, Gobernanza, Comunicación, Confianza en términos de privacidad, Expresión e Historia en términos de miembros) presentan buenos resultados y solidez en cuanto a sus métricas. El Propósito, principio fundamental y principal, se verá en buen desarrollo al intervenir sobre los demás, es un comportamiento de directamente proporcional, según *Digital Places*.
- En cuanto a la Reputación, “Esta ayuda a las personas formar las mejores alianzas para obtener la información deseada. El deseo de tener una buena reputación desalienta el mal comportamiento y anima a los miembros a solicitar la opinión de otros para construir su reputación.” (*Digital Places*, 2000), se llega a la conclusión que es un principio de la colaboración directamente relacionado con la divulgación y gestión del conocimiento, ya que las alianzas y la obtención de información son parte de su base.

- Según *Digital Places*, “La tecnología que permite a las personas para crear, unir, y participar en grupos orientados a un propósito es un factor clave para hacer de las comunidades más útiles y convincentes.” Los niveles de convencimiento de la comunidad deben ser tenidos en cuenta para realizar una intervención que tenga como objetivo la gestión y divulgación del conocimiento. Conocimiento que no convenza o persuada no está bien gestionado, por lo tanto el principio Grupos es relevante en este proceso investigativo.
- Los Límites, que según *Digital Places*, en términos generales se encargan de definir diferencias entre el reconocimiento entre quiénes son miembros, quiénes no lo son y quiénes no lo pueden ser, también están relacionados con la gestión y divulgación del conocimiento, ya que la calidad de este se ve involucrado con las características de los miembros de la comunidad y si se abren los límites de la comunidad, entrarán miembros que no cuenten con dichas características, y esto afectará la información divulgada y gestionada en la CAF.
- El Intercambio, según *Digital Places*, “Muchas personas se unen a las comunidades porque esperan intercambiar algo que tienen, si se trata de conocimientos, experiencias o servicios, por algo que otros miembros tienen.”, está asociado a la gestión del conocimiento, ya que el intercambio permite gestión, además por medio del intercambio se accede a nuevas experiencias y dinámicas, en especial cuando se trata de intercambio de conocimiento.
- *Digital Places* plantea que “Para obtener valor de una comunidad, esta necesita maneras y vías para recordar. Un archivo de contenido generado por miembros aporta un valor añadido, incrementando el archivo de la información disponible y guiando mayor desarrollo.”, y es por esto que la información en términos de Historia y contenido es esencial para la gestión y divulgación de conocimiento porque es contenido generado que debe ser accedido constantemente para crear nuevas dinámicas de colaboración y además no se debe permitir que la información se pierda, sea inaccesible o difícil de acudir.

Necesidades y áreas de oportunidad de la CAF

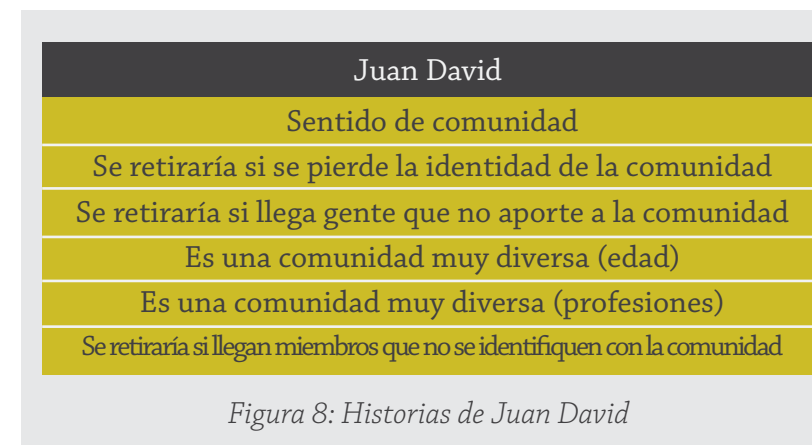
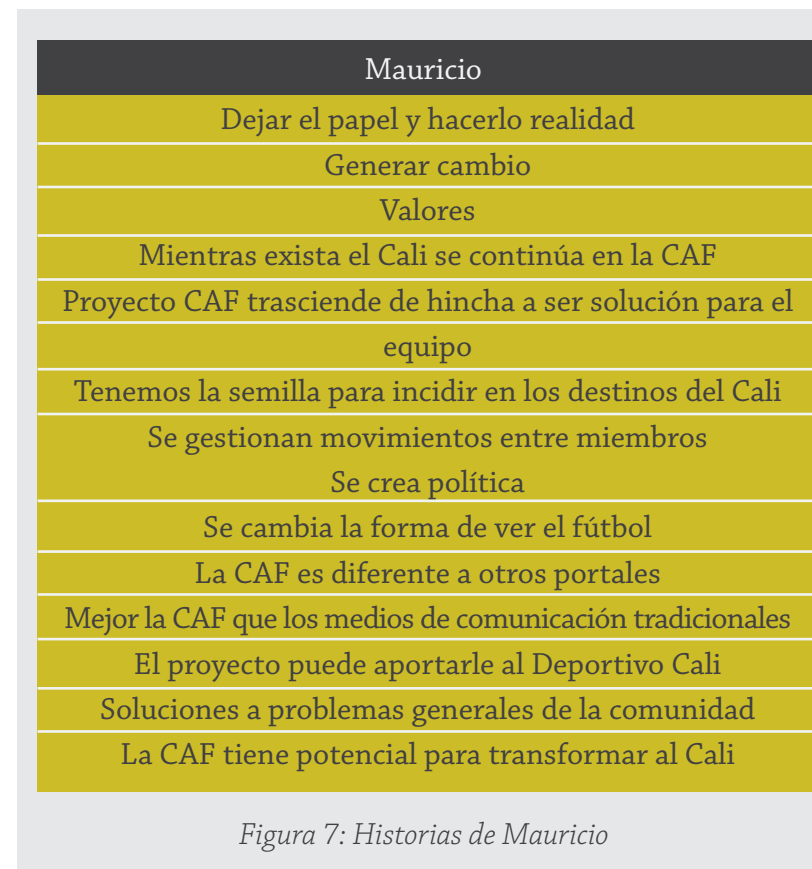
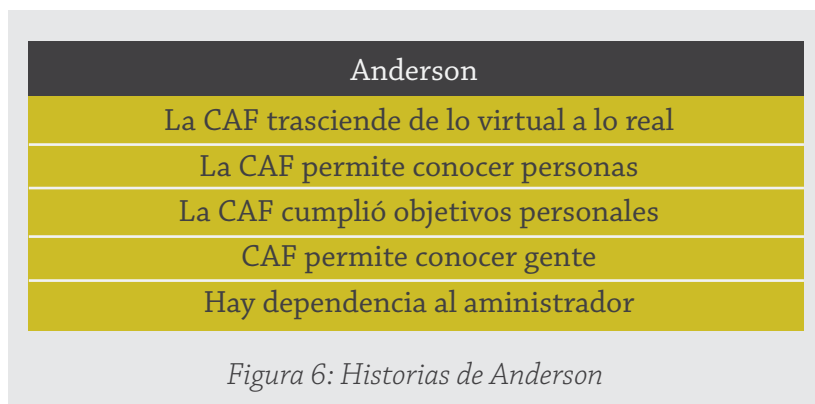
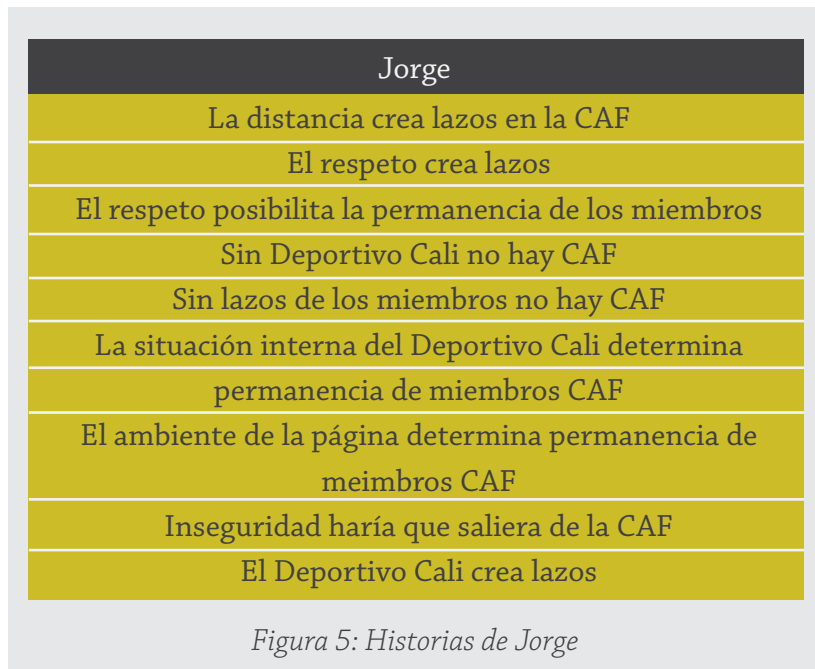
Luego del análisis de la encuesta, se procedió a realizar lo correspondiente con la sesión de diseño colaborativo. Se llevó a cabo lo siguiente para cada etapa que comprende la actividad:

- 1 Desarrollo del enfoque: se realizó la actividad en la ciudad de Bogotá, Colombia. En un salón en el norte de la ciudad. Los individuos que conformaron el equipo de diseño fueron: Anderson (pseudónimo en la CAF, *Cerati*), Fernando (pseudónimo en la CAF, *FerValbuena*), Jorge (pseudónimo en la CAF, *jornando*, miembro fundador de la comunidad), Martín (pseudónimo en la CAF, *deporcalinet*, administrador del portal y miembro fundador de la CAF), Juan David (pseudónimo en la CAF, *Leyenda*, investigador del proyecto, facilitador y director de la actividad) y Mauricio (pseudónimo en la CAF, *verdiblanco*).

Cada uno de los participantes tienen historia relevante como miembro de la comunidad: dos de ellos son miembros de la comunidad (Jorge y Martín), siendo uno el administrador del portal desde sus inicios (Martín); uno es miembro retirado que estuvo en los inicios de la comunidad (Anderson); y tres miembros que llevan varios años como miembros activos de la comunidad (Fernando, Juan David y Mauricio); además cuatro de ellos han construido lazos de amistad a través de la interacción en la CAF (Anderson, Jorge, Martín y Mauricio). Al conformarse este equipo quedó todo preparado para realizar las siguientes etapas de la sesión de diseño colaborativo.

- 2 Compartir historias: La etapa de contar historias se llevó a cabo en el siguiente orden: primero Jorge, luego Anderson, Mauricio, Martín, Fernando, finalizando Juan David. Cada uno tuvo a disposición su kit de diseño para realizar apuntes de cada historia que se fuera relatando. Las dos preguntas que se formularon para comenzar a contar las historias fueron: ¿Cree que la comunidad CAF es valiosa?, ¿Por qué? y ¿Qué circunstancia haría que usted saliera de la CAF?

Cada uno de los apuntes (un post-it amarillo) está representado por un peldaño amarillo de la columna:



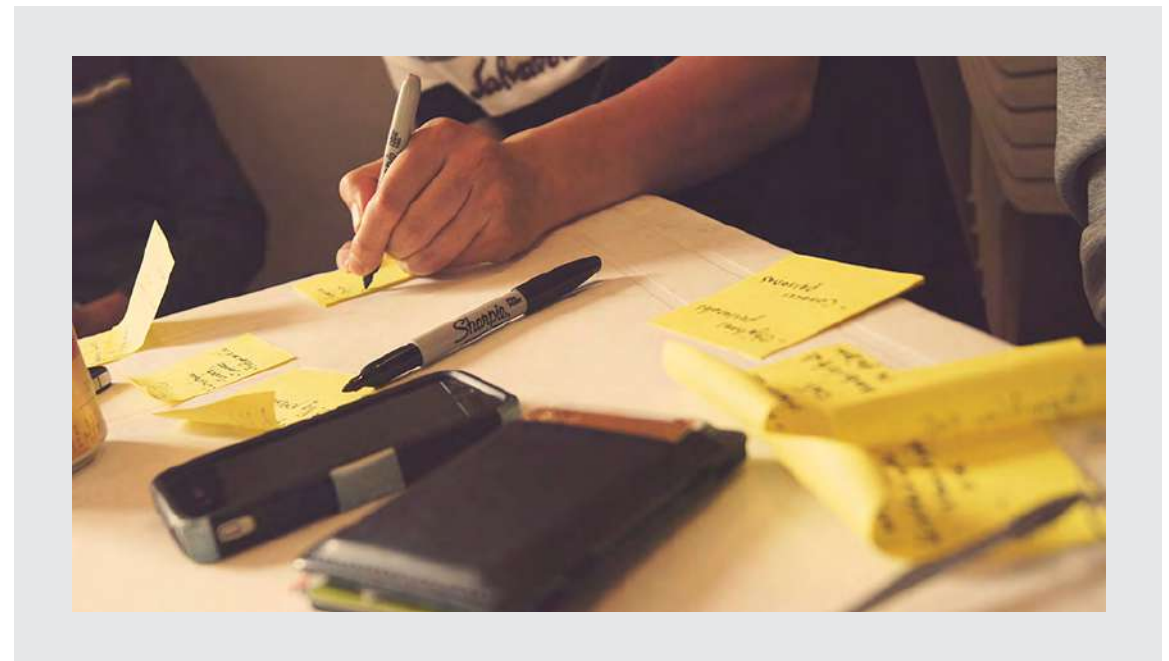
Fernando
Revisar la historia desde otra perspectiva
El proyecto está vigente
Se saldría si la CAF deja de ser edificante
Se saldría cuando se acaben las ideas
La CAF no sólo es Deportivo Cali
Entradas con ideas diferentes
Los aportes son atemporales
Se retiraría por cuestiones de seguridad
Se saldría si el ambiente se vuelve tedioso
Se retiraría si los demás dejan de aportar
La CAF es diferente
No hay un equipo de fútbol que tenga un espacio como la CAF
Información cuantitativa y veraz
Estancamiento
Diferente calidad de las opiniones
Moderar el ambiente
La CAF puede ser una esperanza para el Deportivo Cali
La CAF enseña o educa

Figura 9: Historias de Fernando

Martín
Si la gente se aburre, se retira de la CAF
La gente se retira por seguridad
La CAF cambia mentalidad del hincha
CAF es refugio para la hinchada minoritaria
La comunidad invita a pensar
CAF no tenía una estrategia inicial
CAF hoy representa una forma de pensar
CAF representa una minoría
La seguridad de los miembros es determinante

Figura 10: Historias de Martín

3



Durante esta etapa de la sesión los participantes coincidieron en comentarios mientras se relataban historias, para esto se decidió emplear un solo apunte y prescindir de aquellos que tuvieran comentarios repetidos.



3 Identificar patrones: Los participantes formaron parejas (3 parejas en total) y cada una de las parejas seleccionó entre cuatro y cinco post-it, los cuales fueron separados en otro espacio. Luego, entre todos, se realizó la asociación y agrupación de apuntes seleccionados para finalizar en la creación de patrones y categorías de cada grupo. Los resultados fueron los siguientes:



Formación de usuario	Valores de la comunidad	Identidad de la comunid.
La CAF cambia mentalidad del hincha	El respeto crea lazos	La CAF es diferente
La CAF enseña o educa	El respeto posibilita la permanencia de los miembros	No hay un equipo de fútbol que tenga un espacio como la CAF
Generar cambio		Información cuantitativa y veraz
Valores		Diferente calidad de las opiniones
Dejar el papel y hacerlo realidad		La CAF es diferente a otros portales
		Mejor la CAF que los medios de comunicación tradicionales

Figura 11: Patrones y categorías 1

Población objetivo/Target	Trascendencia	Seguridad del usuario
CAF es refugio para la hinchada minoritaria	La CAF trasciende de lo virtual a lo real	La seguridad de los miembros es determinante
CAF no tenía una estrategia inicial	Proyecto CAF trasciende de hincha a ser solución para el equipo	Se retiraría por cuestiones de seguridad
CAF hoy representa una forma de pensar	Tenemos la semilla para incidir en los destinos del Cali	Se saldría si el ambiente se vuelve tedioso
CAF representa una minoría	La CAF tiene potencial para transformar al Cali	Se retiraría si los demás dejan de aportar

Figura 12: Patrones y categorías 2

En total se seleccionaron 25 apuntes (algunos *post-it* podrían tener entre 1 y 3 apuntes) y a partir de estos se crearon seis grupos en los cuales se les relacionaba, y de dichos grupos surgieron seis categorías o

patrones (marcados en violeta): Formación de usuario, valores de la comunidad, identidad de la comunidad, población objetivo / target, trascendencia y seguridad del usuario.



4 Crear áreas de oportunidad y necesidad: Finalmente se invitó a los participantes a llevar a cabo la última etapa de la sesión de diseño colaborativo, reflexionando acerca de todo lo desarrollado al momento y pensar en términos de problemáticas, oportunidades y necesidades. Las áreas de oportunidad y necesidad propuestas durante la actividad fueron las siguientes (peldaños naranja de cada columna, en relación a cada una de las categorías o patrones marcados en color violeta):

Formación de usuario
¿Cómo hacer que los valores que representa el Deportivo Cali se hagan explícitos en la página de la CAF?
¿Cómo registrar la historia del equipo de manera exhaustiva?
¿Cómo conocer las carencias del público objetivo para poder educarlo?
¿Cómo se podría llegar a formar a los socios, quienes son los que eligen comités ejecutivos?
¿Cómo podríamos incidir mejor en la mentalidad del miembro de la CAF?
¿Cómo construir la historia del Deportivo Cali a partir de los conocimientos de los usuarios?

Figura 13: Áreas de oportunidad 1

Valores de la comunidad
¿Cómo aclarar y hacer objetivos los lineamientos de la CAF?
¿Cómo se podría regular la página sin intervención de sus usuarios?
¿Cómo garantizo el respeto entre socios de la CAF?

Figura 14: Áreas de oportunidad 2

Identidad de la comunidad

- ¿Cómo ampliar la visibilidad de la página sin comprometer lo conseguido hasta ahora en tolerancia y discusión con argumentos?
- ¿Cómo encontrar más personas con ideas afines a la CAF?
- ¿Qué temas se están dejando de tocar y que puedan ser de interés para la comunidad?
- ¿Cómo difundir las ideas de la CAF sin crear resistencia?
- ¿Cómo se podría plasmar y publicar lo que nos hace diferentes?
- ¿Cómo podría la CAF crear un lazo con medios de comunicación tradicionales?
- ¿Cómo construir un repositorio de ideas de la CAF?
- ¿Cómo aumentar la diversidad de los participantes sin que se pierda la identidad?

Figura 15: Áreas de oportunidad 3

Población objetivo / Target

- ¿Cómo podrían llegar mujeres a la CAF?
- ¿Cómo aumentar la participación de los usuarios de la CAF?
- ¿Cómo podríamos recuperar antiguos miembros/miembros valiosos?
- ¿Cómo conocer las necesidades y expectativas de los miembros de la CAF?
- ¿Cómo llegar a más miembros de la CAF que se identifiquen con nuestra línea de pensamiento?
- ¿Cómo se podría tener un grupo/comunidad más diverso?
- ¿Cómo podría atraer personas valiosas que no conocen la página?
- ¿Cómo se podría mejorar la interacción entre miembros de la CAF?
- ¿Cómo mejorar la comunicación de los usuarios sin vulnerar su seguridad?
- ¿Cómo lograr mayor compromiso de los miembros de la CAF con los proyectos de la página?
- ¿Cómo identifico líderes de opinión en la vida real?

Figura 16: Áreas de oportunidad 4

Trascendencia

- ¿Cómo darle continuidad al proceso de llevar las ideas CAF (proyecto) al seno de la institución?
- ¿Cómo dar a conocer la página a las nuevas generaciones?
- ¿Cómo podríamos incidir en la mentalidad del socio del club?
- ¿Cómo puede ser realizado y puesto en práctica el proyecto CAF?
- ¿Cómo se podría llegar a más miembros?
- ¿Cómo lograr que las ideas de la CAF trasciendan en la asociación sin comprometer la seguridad de los miembros de la comunidad?

Figura 17: Áreas de oportunidad 5

Seguridad del usuario

- ¿Cómo podría ser la CAF un espacio de formación para otras personas que no sean usuarios?
- ¿Cómo podría ser la CAF un espacio de formación para otras personas si la página es cerrada?
- ¿Cómo la CAF no perdería seguridad de sus usuarios si se abre a más personas?
- ¿Cómo los miembros de la CAF se podrían blindar entre sí?
- ¿Cómo filtrar a los actuales miembros de la CAF?

Figura 18: Áreas de oportunidad 6





Con esta etapa se dio por finalizada la actividad de diseño colaborativo y el registro de la sesión deja todos los insumos listos para su análisis.

Para el análisis de los resultados de la sesión de co-diseño se tuvieron muchas facilidades, debido al formato claro y concreto en que se obtuvieron las áreas de oportunidad. El primer paso que se realizó en el análisis fue codificar cada una de las áreas de oportunidad para poderlas identificar o asociar en campos claros y concretos que se evidencien como factor de intervención. Siguiendo la misma estructura, por categoría o patrón con sus respectivas áreas de oportunidad, se adicionaron y asociaron los códigos que representan cada una de las oportunidades (ver página siguiente):

CÓDIGOS DE OPORTUNIDAD

ALCANCE	AUTORREGULACIÓN	DIVERSIDAD DE LA COMUNIDAD	DIFUSIÓN DE LA IDENTIDAD
DINÁMICAS DE LA PARTICIPACIÓN	DINÁMICAS PARA GENERACIÓN DE CONTENIDOS	DIVULGACIÓN DE CONTENIDOS	DIVULGACIÓN DEL CONOCIMIENTO
EJECUCIÓN DE IDEAS	FORMACIÓN DEL USUARIO	GENERACIÓN DE CONTENIDOS	GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO
IDENTIDAD GRUPAL	IDENTIFICACIÓN DE USUARIOS	INTERACCIÓN ENTRE USUARIOS	REGISTRO DE CONTENIDOS
REGULACIÓN INTERNA	REPRESENTACIÓN DE VALORES	REPRESENTACIÓN DE LA IDENTIDAD	SEGURIDAD DE INTERACCIÓN
SEGURIDAD DE USUARIO	SEGURIDAD E IDENTIDAD DE USUARIO	VÍAS DE IDENTIFICACIÓN	VÍNCULOS DE USUARIO

Las áreas de oportunidad representadas de esta manera pueden obtener un significado evocativo, simple y directo. De esta manera abstracta para representar oportunidades se pueden realizar asociaciones entre cada código de oportunidad y principios de la colaboración de la CAF:

- ◆ Alcance con Propósito.
- ◆ Autorregulación con Gobernanza.
- ◆ Diversidad de la comunidad con Identidad.
- ◆ Difusión de la identidad con Propósito.
- ◆ Dinámicas de la participación con Comunicación, Entorno e Intercambio.
- ◆ Dinámicas para la generación de contenidos con Comunicación, Entorno, Expresión e Intercambio.
- ◆ Divulgación de contenidos con Propósito, Comunicación, Entorno y Expresión.

- ◆ Ejecución de ideas con Propósito.
- ◆ Formación del usuario con Propósito.
- ◆ Generación de contenidos con Propósito, Comunicación, Entorno y Expresión.
- ◆ Gestión del conocimiento con Propósito, Comunicación, Entorno y Expresión.
- ◆ Identidad grupal con Identidad.
- ◆ Identificación de usuarios con Identidad, Reputación y Límites.
- ◆ Interacción entre usuarios con Límites, Comunicación e Intercambio.
- ◆ Registro de contenidos con Historia y Expresión.
- ◆ Regulación interna con Gobernanca.
- ◆ Representación de valores con Propósito e Identidad.
- ◆ Representación de la identidad con Propósito e Identidad.
- ◆ Seguridad de interacción con Confianza y Comunicación.
- ◆ Seguridad de usuario con Confianza.
- ◆ Seguridad e identidad de usuario con Identidad, Límites y Confianza.
- ◆ Vías de identificación con Identidad.
- ◆ Vínculos de usuario con Propósito e Identidad.

De esta manera los códigos de oportunidad ayudan a sustentar los factores clave sobre los cuales intervenir (resaltados en amarillo) que una vez se indicaron con la encuesta: Entorno, Intercambio, Reputación, Historia y Confianza. En ese orden de factores, aquellos principios de la colaboración que están relacionados con la divulgación y gestión del conocimiento deberían responder a las áreas de oportunidad que le corresponde: Reputación e Historia. Además se presenta una cifra que sustenta el objetivo de la investigación: el 35,8% (14 áreas de oportunidad de 39, más de un tercio) de las oportunidades que se obtuvieron durante la sesión de diseño colaborativo representan o están directamente relacionadas con la gestión y divulgación del conocimiento.

El archivo de áreas de oportunidad será una constante referencia durante la intervención en sus siguientes fases. Además que servirá para validar resultados que se obtengan.

Determinantes de diseño ◆ Det. indispensable ◆ Det. relevante ◆ Considerable

A partir de la revisión bibliográfica, referenciación del estado del arte, realización del perfil de la comunidad CAF y la identificación de necesidades y oportunidades, se definieron las siguientes determinantes de diseño:

- Determinantes teóricas: principalmente definidas a partir de revisión bibliográfica.
 - ◆ 1. Los usuarios se deben comprometer en realizar juntos un esfuerzo particular en la manera que la decisión grupal vincule cada uno de los miembros.
 - ◆ 2. El conjunto de recursos a disposición de la comunidad virtual CAF debe estar enfocado a promover la interacción entre sus miembros.
 - ◆ 3. Se deben ofrecer dinámicas y recursos que abran el interés en miembros de la comunidad para intercambiar información y conocimiento.

- ◆ 4. Se deben ofrecer herramientas que exploren la información gráfica producida por la comunidad virtual *CAF* de una manera dinámica.

- ◆ 5. La visualización de la información producida por la comunidad *CAF* debe ser clara y efectiva a través de la aprehensión, claridad, consistencia, eficiencia, necesidad y veracidad.

- Determinantes de usuario: extraídas de trabajo de campo y realización de encuesta.

- ◆ 6. Se deben ofrecer dinámicas que permitan mejorar la reputación entre usuarios.

- ◆ 7. Debe predominar una estética orientada a un público masculino.

Determinantes de contexto: definidas a partir de referenciación bibliográfica y sesión de diseño participativo.

- ◆ 8. Los usuarios deben interactuar vía internet.

- ◆ 9. Se debe adaptar un entorno a un público joven y adulto, entre los 15 y 35 años.

- ◆ 10. Se deben orientar las dinámicas a la producción de conocimiento.

- ◆ 11. Se deben proveer mecanismos que le permitan a los usuarios revelarse ante los demás miembros y les permitan ganar confianza.

- ◆ 12. Se debe incluir un archivo de viejas contribuciones, con el mejor contenido generado por los miembros, resaltado o sintetizado.

- ◆ 13. La información producida por los los usuarios no se debe perder y se debe acceder a ella.

- ◆ 14. Se debe ligar la producción de información a dinámicas atemporales.

- ◆ 15. Se debe garantizar el respeto entre miembros de la comunidad *CAF* para evitar deserción.

- ◆ 16. Las ideas producidas por la comunidad deben trascender el paradigma virtual y ser ejecutados en la realidad.

- ◆ 17. Se deben tener en cuenta criterios que blinden la identidad de los miembros de la *CAF*, garantizando su seguridad.

- Determinantes de uso: inferidas a partir de trabajo de campo y referenciación bibliográfica y de estado del arte.

- ◆ 18. Se debe crear un método que permita filtrar y referenciar individuos que quieran ser miembros de la comunidad.

- ◆ 19. Se deben crear dinámicas que ligen los contenidos producidos por la *CAF* con otros medios como redes sociales tales como *Facebook*, *Twitter*, etc.

- ◆ 20. Algunos contenidos producidos por la comunidad *CAF* deben ser abiertos a todo público.

- ◆ 21. La regulación y administración del entorno, ambiente y recursos debe ser independiente de una persona.

- ◆ 22. Los usuarios deben reconocer qué áreas son abiertas al público general y cuáles son exclusivas a los miembros de la comunidad.

- ◆ 23. Se deben desarrollar dinámicas y mecanismos que permitan a los usuarios el intercambio de conocimiento.

- ◆ 24. Se debe permitir tener una identidad grupal (sub-grupos dentro de la comunidad *CAF*), que permita a los usuarios tener un lugar dentro de la comunidad con privilegios claros, acceso a herramientas para implementar un propósito en conjunto.

Propuestas de diseño

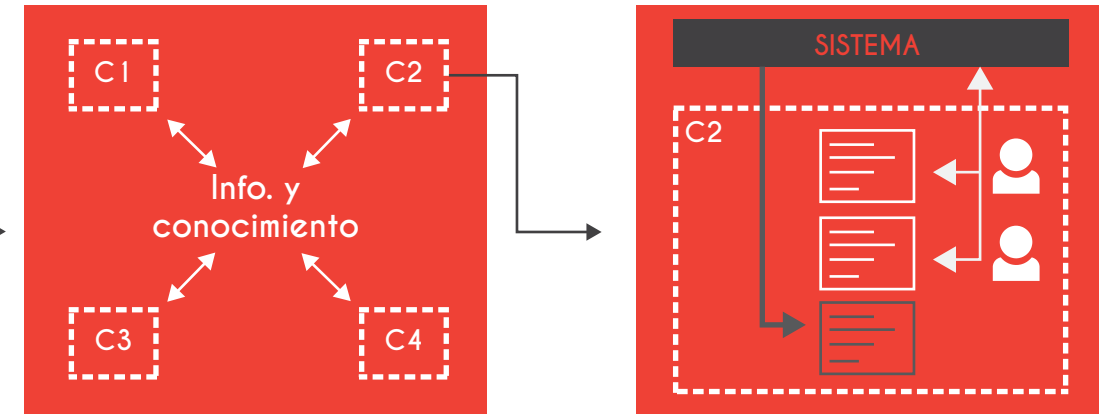
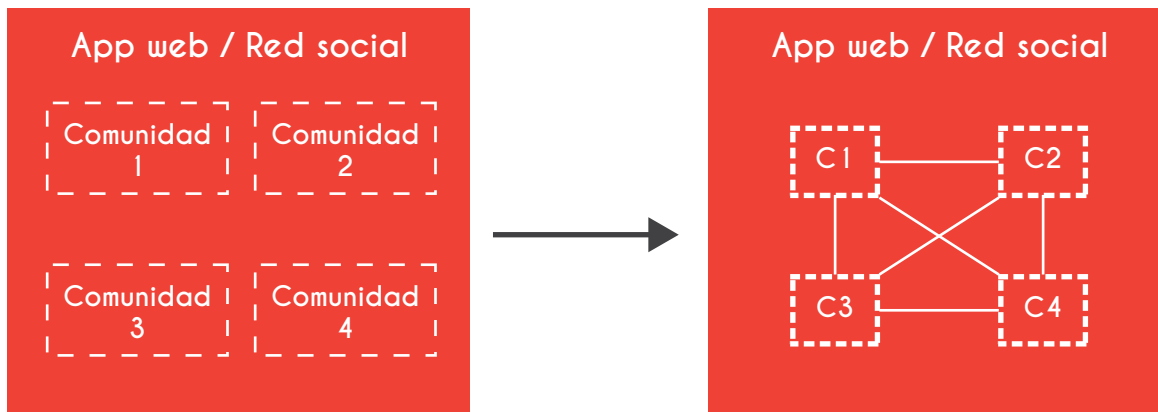
Se plantearon las siguientes propuestas a partir de la metodología empleada y sus resultados preliminares.

Propuesta 1: Aplicación web

Red social de comunidades de seguidores del fútbol

Se propone una aplicación *web* con tres módulos fundamentales: dinámicas generadas por el tipo de contenido y su semántica, dinámicas generadas por interacción de los usuarios, y registro y recomendación de información por identificación semántica.

A través de la aplicación *web* se pretende crear una red de comunidades de seguidores y otros agentes del contexto que rodean al fútbol. Los usuarios de cada comunidad producirán información y contenidos para crear una base de datos, la cual el sistema generará dinámicas de acuerdo a la semántica de la información de discusión generada, gestionando y divulgando conocimiento a nivel micro. Las comunidades dentro de la red podrán interactuar entre sí, compartiendo información y contenidos entre sí para gestionar y divulgar información de manera colaborativa a un nivel macro.

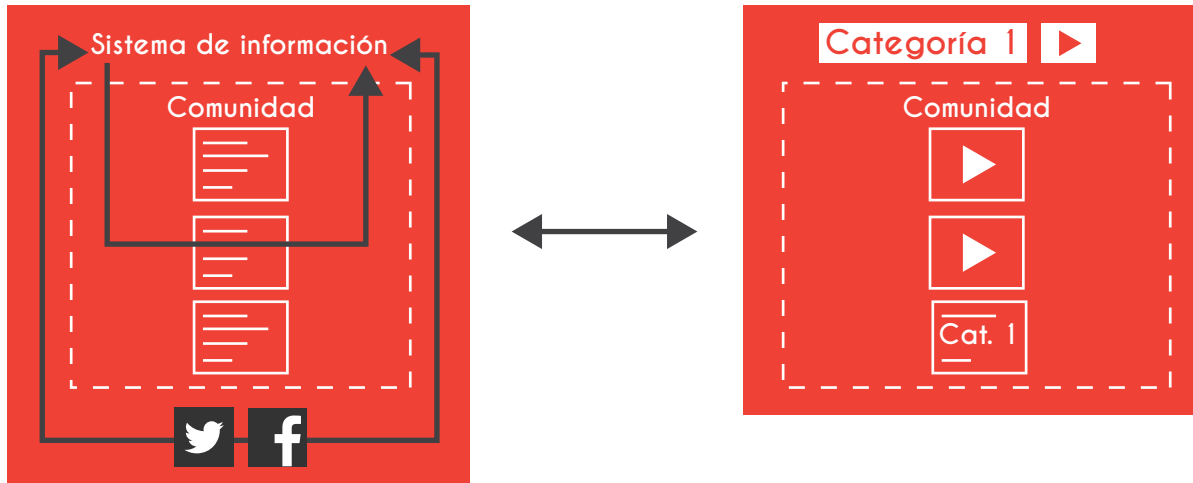


Propuesta 2: Sistema de análisis y recomendación de información

Portal que recomienda y genera dinámicas de discusión

Se propone un sistema de información que analiza y genera recomendaciones y dinámicas de discusión. El sistema en primera instancia analiza la información creada por los usuarios y la comunidad, luego genera categorías de discusión y establece dinámicas, permitiendo a los usuarios generar, compartir y divulgar información a partir de dichas dinámicas.

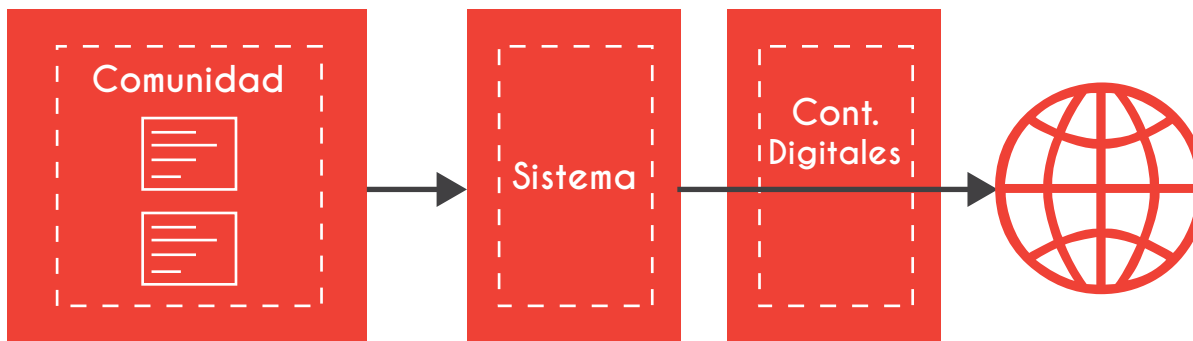
Los usuarios, la comunidad y el sistema interactúan entre sí, ya que con la información que los dos primeros generan, el sistema crea dinámicas, y dependiendo estas los usuarios producen información. Es decir, se gestiona y divulga el conocimiento a partir de acciones colaborativas entre usuarios, comunidad y sistema.



Propuesta 3: Sistema digital de producción de contenidos digitales
Producción de contenidos a partir de colaboración

La última propuesta comprende de un sistema que permite a la comunidad y sus usuarios producir diversos contenidos a partir de la colaboración entre miembros de la comunidad. El sistema ofrece herramientas y recursos a los usuarios y la comunidad para que produzcan y materialicen la información y discusiones que generan.

La materialización de las discusiones e información producida por los miembros de la comunidad y sus interacciones representa gestión del conocimiento. Además existen recursos que permiten su divulgación.



Evaluación de propuestas

Tras definir las tres propuestas, se realizará un proceso para evaluarlas y finalmente concluir en una propuesta definitiva. El método de evaluación será cualitativo (ventajas y desventajas) y cuantitativo (evaluación por determinantes).

P1 Propuesta 1.

Ventajas: al ser una red de comunidades, entre estas pueden generar y gestionar el conocimiento cuando interactúan entre sí. Además los recursos y dinámicas para compartir información a nivel micro y macro puede crear nuevas maneras para construir y divulgar la información y el conocimiento.

Desventajas: se debe crear una estrategia detallada para incluir otras comunidades que puedan aportar al proyecto, además de la CAF. Es necesario establecer los límites entre comunidades y sus interacciones.

P2 Propuesta 2.

Ventajas: el sistema facilita a los usuarios y a la comunidad compartir y generar información a partir del conocimiento. La información creada no se pierde y es reutilizada en las dinámicas que se establecen.

Desventajas: se deben crear límites y criterios claros con redes sociales para poder analizar la información que estas generan y así ofrecer información y dinámicas la comunidad.

P3 Propuesta 3.

Ventajas: se puede llegar a agentes del contexto con los contenidos generados.

Desventajas: dependencia a los usuarios por ser una dinámica lineal.

Luego de la evaluación cualitativa, sigue la evaluación cuantitativa que consiste en valorar cada propuesta frente cada determinante. El color de la determinante (nivel de su relevancia) representa si la valoración significa más o menos. En este caso, las determinantes indispensables (naranja) representan 3 veces más el valor de las determinantes que son una consideración (gris), y las determinantes relevantes (amarillas) representan el doble del valor de las grises. Cada valoración se realizará en una escala de 1 a 3, siendo 1 el menor valor y 3 el mayor, y luego se multiplicará por 1, 2 o 3 dependiendo de la relevancia de la determinante.

	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10	D11	D12	D13	D14	D15	D16	D17	D18	D19	D20	D21	D22	D23	D24	TOTAL
P1	2	9	9	4	3	2	6	6	6	9	6	9	9	6	3	1	6	6	4	3	3	3	9	9	133
P2	1	4	9	6	3	1	6	6	6	9	6	9	9	9	3	1	6	6	6	1	2	2	6	9	126
P3	3	3	3	2	3	3	4	6	6	9	6	3	3	3	3	3	4	6	2	3	2	2	3	3	88

Los resultados totales de la evaluación cuantitativa dejan la propuesta 1 como que satisface mejor las determinantes de diseño. Sin embargo, la propuesta 2 está muy cerca a la evaluación total de la propuesta 1. Es por esto que la propuesta definitiva se realizará a partir de los elementos que mejor se puedan complementar de esas dos propuestas.

Propuesta definitiva

La propuesta definitiva es una aplicación web representada como una red social con un sistema de información que analiza información producida por la comunidad CAF, y genera recomendaciones y dinámicas de discusión. El sistema en primera instancia analiza la información creada por los usuarios y la comunidad, luego la interpreta para así crear dinámicas de discusión y gestión del conocimiento, permitiendo a los usuarios generar, compartir y divulgar información a partir de dichas dinámicas.

Los usuarios, la comunidad y el sistema podrán interactuar entre sí, ya que con la información que los dos primeros crean el sistema tiene materia prima para interpretar, codificar y ofrecerla de nuevo a la comunidad.

- Creación de la propuesta de diseño: se analizó cómo se genera interacción entre usuarios en redes sociales como *Facebook* y *Twitter*, qué herramientas y recursos ofrecen para que los usuarios puedan compartir información. Además se observó que en redes sociales como *Twitter* la información es analizada para recomendar tendencias por tipo de contenido generado.

Por estas razones se decidió gestionar y divulgar el conocimiento a través de un sistema que sea capaz de mediar las necesidades y discusiones de los miembros de la comunidad CAF. Entonces surgen los tres módulos fundamentales: dinámicas generadas por el tipo de contenido y su semántica en contexto interno y externo, dinámicas generadas por interacción de los usuarios, y registro y recomendación de información por identificación semántica.

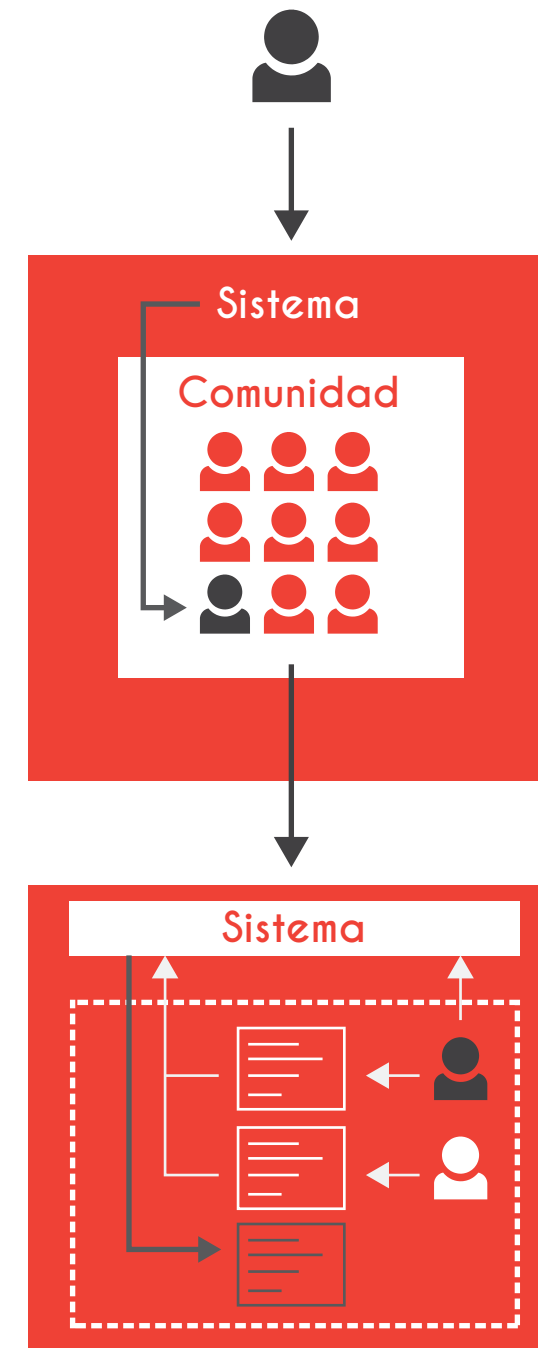
El primer módulo consta en una serie de recomendaciones y dinámicas que ofrece el sistema a partir de la información creada por los miembros de la comunidad. El sistema extrae información, la interpreta, y sugiere, visualiza y recomienda a los usuarios recursos e información procesada para complementar discusiones y el conocimiento en construcción.

Además los usuarios podrán acceder a la información del sistema, consultarlo y usarlo para complementar la colaboración en la construcción de discusiones e información. Es un procedimiento donde el sistema complementa los usuarios y los usuarios complementan el sistema, un flujo bilateral.

- Desarrollo y condiciones técnicas: se debe desarrollar una aplicación *web* que se adapte a todo tipo de dispositivos: computadores,

smartphones, tabletas, etc. Para esto se requiere desarrollo en lenguajes *HTML*, *CSS*, *Javascript*, entre otros, y materializar un sistema de información al que se pueda acceder en la *web*.

Se requiere crear un algoritmo para el análisis de datos e información generada en la misma aplicación por parte de los usuarios, y que pueda acceder a redes sociales y otras bases de datos para interpretar información y poder crear las dinámicas, categorías y recomendaciones en cuestión. En adición se requiere un servidor que responda a la demanda del sistema y un dominio al que puedan acceder los usuarios.



Concepto de diseño / Metáfora

La CAF como un equipo de fútbol

El concepto de diseño que se propone representa una relación entre comunidad CAF y sistema como si fueran un equipo de fútbol. La metáfora de equipo de fútbol se explica a través de dos partes: cuerpo técnico y jugadores, donde el cuerpo técnico sería el sistema y los jugadores serían la comunidad.

En los equipos de fútbol, el cuerpo técnico es quien dirige al grupo de jugadores, define estrategias y les asigna tareas para desarrollar en el campo de juego; y los jugadores son quienes ejecutan las estrategias planteadas por el cuerpo técnico. En este punto los jugadores son libres de tomar decisiones libremente cuando tienen que hacer su trabajo en el campo de juego, pero esto no asegura que las cosas saldrán bien durante el partido, y en este orden de ideas es claro que las cosas saldrán bien si ejecutan las órdenes y estrategias que el cuerpo técnico les exige, porque jugadores necesitan una estrategia y conocimientos tácticos para hacer bien su trabajo y el cuerpo técnico necesita un grupo de jugadores que sepan aplicar bien las ideas de juego en la cancha.

Así es como funciona este concepto de diseño en la CAF, donde la comunidad es ese grupo de jugadores que producen valor (información, conocimiento, etc.) y son dirigidos y guiados por un sistema (cuerpo técnico) para optimizar sus tareas y roles. Bajo esta metáfora y concepto una parte dependerá siempre de la otra para hacer mejor las cosas, ya que la comunidad sin sistema no tiene un horizonte claro y el sistema sin la comunidad no puede ser aprovechado y ejecutado.

Planos esquema y visualizaciones

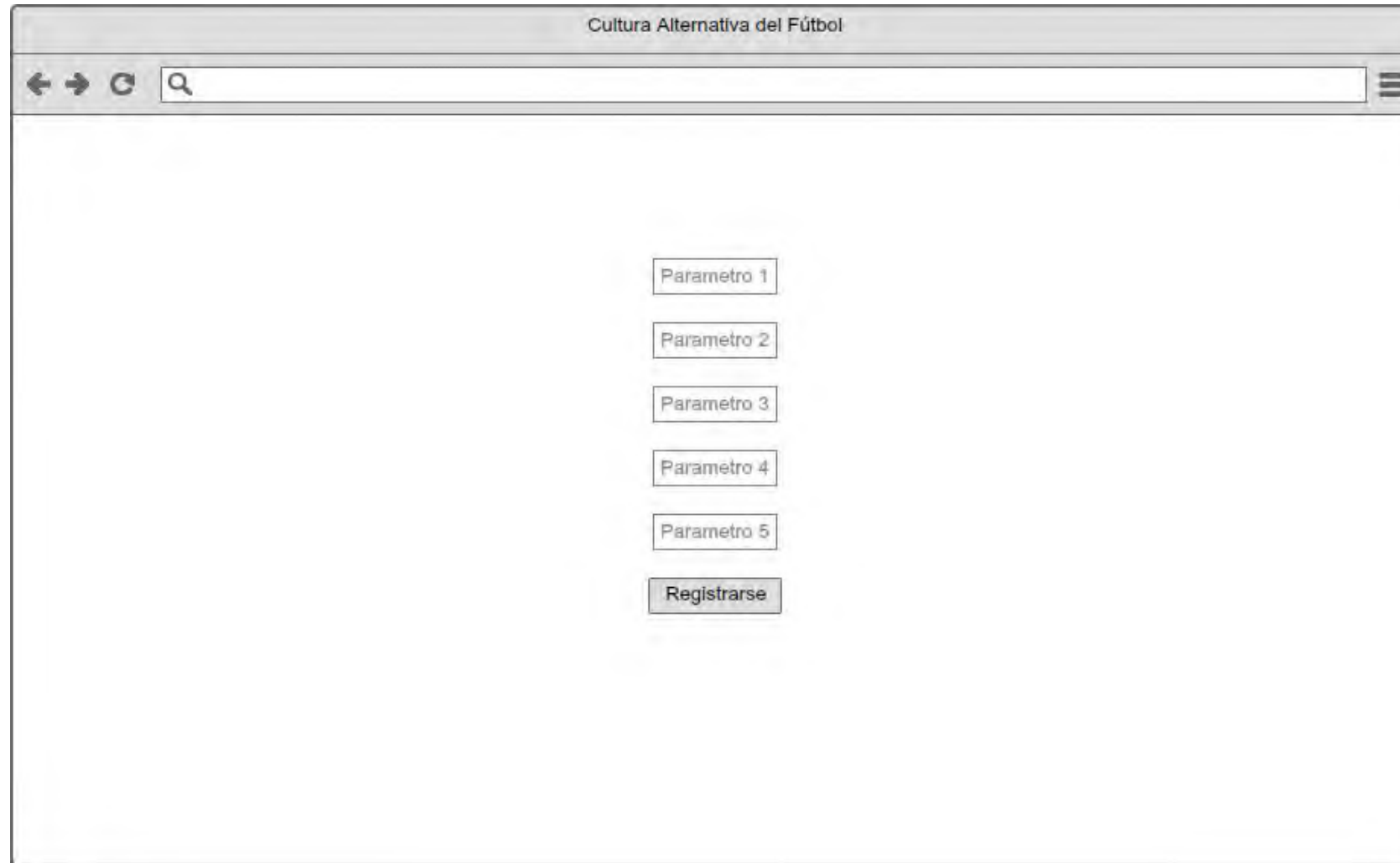
Para el desarrollo de la propuesta planteada, se realizaron los siguientes esquemas que pertenecen a la arquitectura de la información desarrollada para esta aplicación web.

Mockups de la aplicación

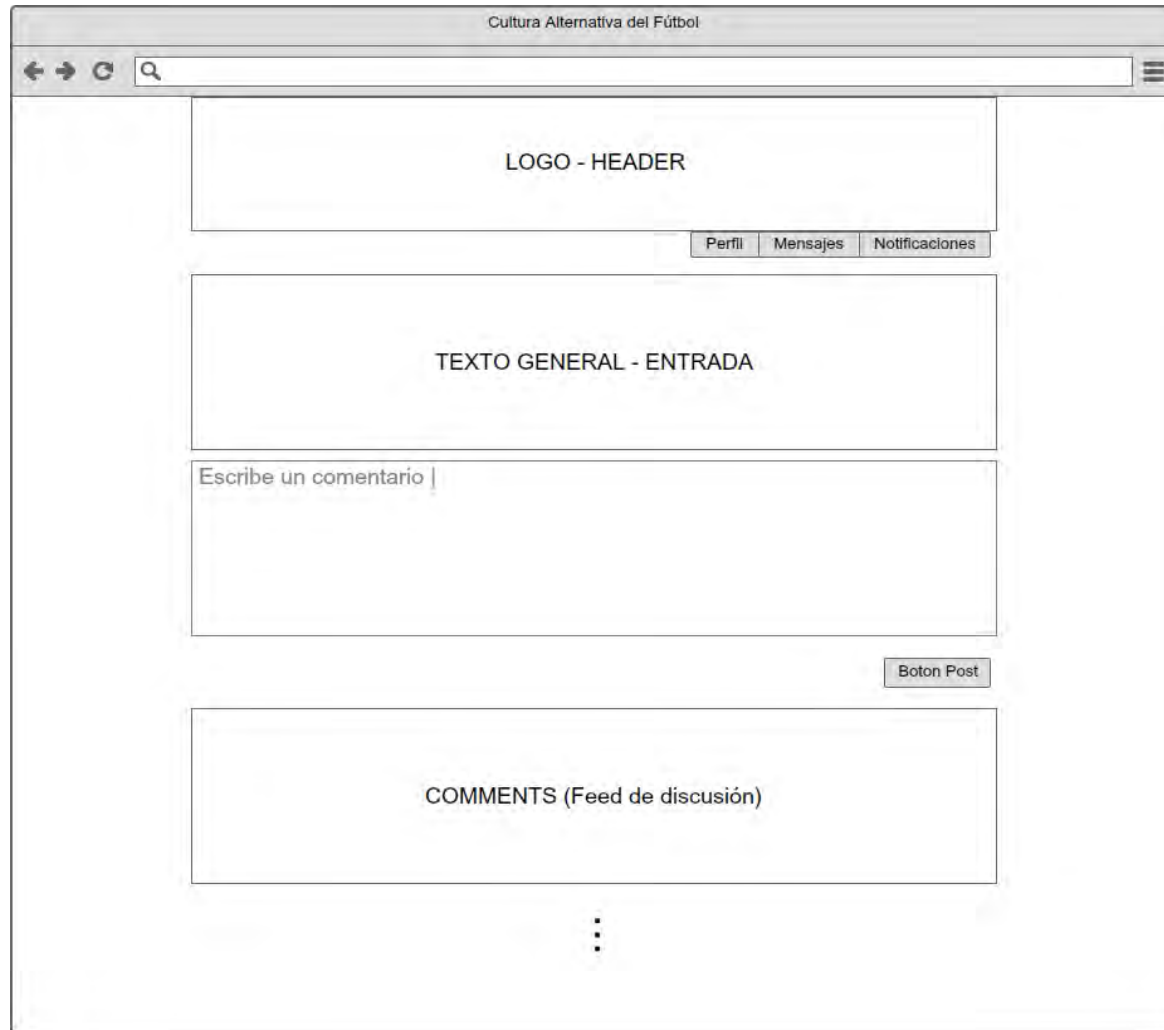
1. Login



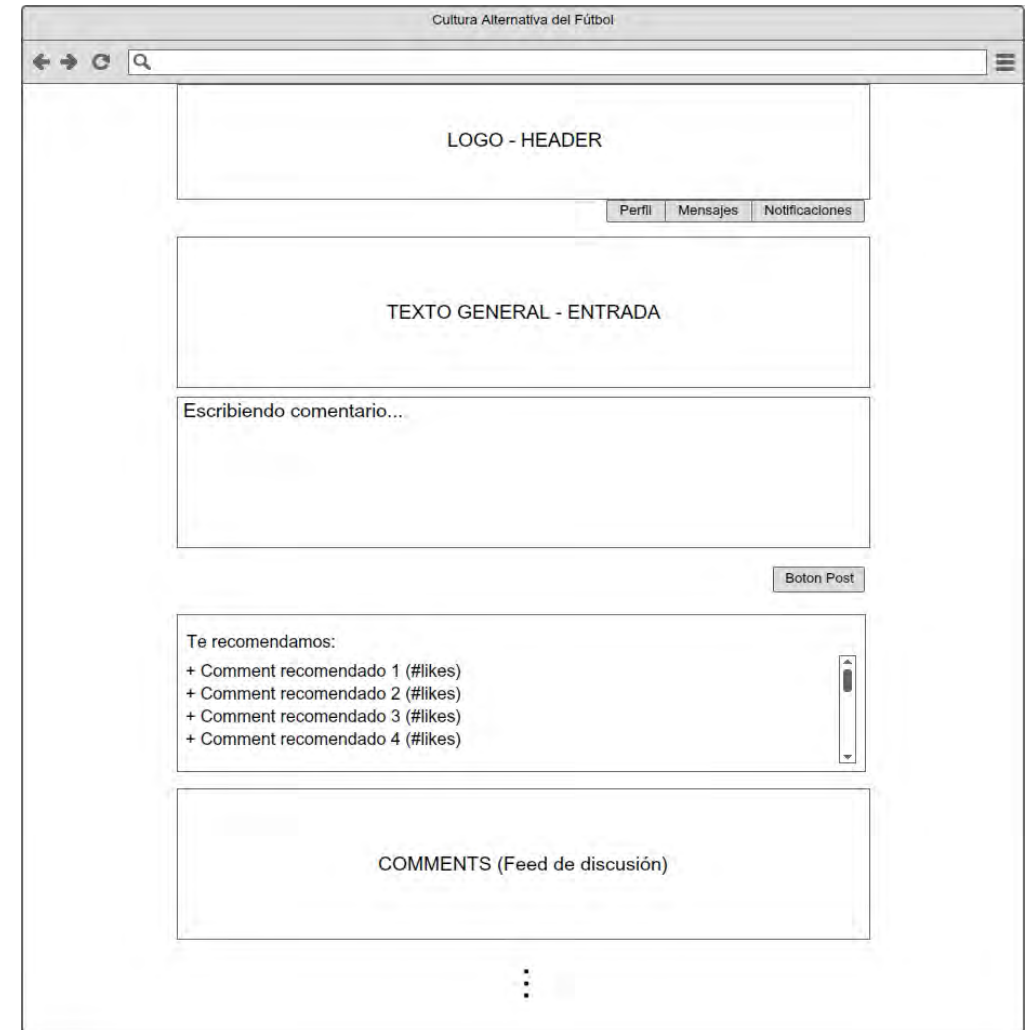
2. Registro



3. Home (estructura general)



4. Home + listado de recomendaciones (escribiendo post)



5. Sistema de análisis y recomendación

Escribiendo comentario...	
Boton Post	
Te recomendamos:	
+ Comment recomendado 1 (#likes)	
+ Comment recomendado 2 (#likes)	
+ Comment recomendado 3 (#likes)	
+ Comment recomendado 4 (#likes)	
Aportar a la discusión	
Escribe un comentario	
Texto de post recomendado / compartido y completo.	
Por: <u>User1</u> el 01/01/09	
Compartir	

6. Comentario (post) y respectiva respuesta



7. Comentario (post) citado / compartido



The diagram illustrates a social media post sharing mechanism. It is contained within a rectangular frame. At the top left, there is a grey circular profile picture icon. To its right, the text reads: [User1](#) ha compartido el post de [User2](#) el 01/01/09 a las 00:00. Below this, there is a line of text: Texto de opinion de User1. Further down, there is another grey circular profile picture icon. To its right, the text reads: [User2](#) Texto del post de User2. At the bottom of the frame, there are two buttons: 'Me gusta' and 'Responder'.

Usuarios

Los usuarios de esta comunidad virtual, tal como se explicó en el marco teórico, se encuentran dispersos en todas las categorías que Äkkinen clasifica como miembros de las comunidades virtuales (*mirón, usuario, usuario activo y usuario líder*). Por otro lado, el siguiente es el perfil del usuario de la Cultura Alternativa del Fútbol:



Nombre: Jorge

Edad: 33 años

Nacionalidad: Colombiano

Ciudad: Bogotá

Educación: Estudios profesionales

Características y descripción:

Jorge es seguidor del fútbol y del Deportivo Cali. Se desempeña en su profesión, y le gusta compartir sus conocimientos a los demás. Es curioso, respetuoso y crítico.

Factores de innovación

Los factores de innovación del Sistema de Gestión del Conocimiento de la Cultura Alternativa del Fútbol son los siguientes:

1. Incentiva la participación de la comunidad. El sistema permite que los usuarios puedan consultar y acceder a más información que les motive compartir más contenido.
2. El sistema permite que los usuarios realicen contribuciones de mejor calidad y contenido. Las consultas, citas y recomendaciones permiten que el usuario acceda a contenido con el cual pueda complementar su comentario o punto de vista, aprender de dicha información a la que puede acceder y mejorar la calidad de sus contribuciones.
3. Permite consultar, buscar y acceder a información de una manera innovadora: de acuerdo a tópicos de discusión, temas asociados a las opiniones, entre otros.
4. El sistema tiene doble funcionalidad: como herramienta de consulta o búsqueda, y como herramienta para citar y compartir información.
5. El sistema permite que la comunidad pueda evaluar las contribuciones que producen sus miembros.

Viabilidad

Viabilidad técnica

La viabilidad técnica tiene una base que se encuentra en el factor del desarrollo de interpretación de texto. Esta parte era la que determinaba si el desarrollo del proyecto era viable, ya que en primera instancia se consideró realizar un trabajo de ingeniería para desarrollar el análisis semántico y de tópicos de texto, cosa que tiene un nivel sofisticado en técnicas de desarrollo y programación.

Finalmente se optó por implementar un servicio ya existente de dicha funcionalidad y evitar el desarrollo y construcción de esta, para optimizar tiempo y recursos. A través del servicio *Meaning Cloud* (www-meaningcloud.com) se accede a esta funcionalidad para analizar texto y de esta manera se pueden extraer categorías y otra información fundamental para que el funcionamiento del sistema sea óptimo y acorde a los requerimientos.

El servicio Meaning Cloud es poco complejo para implementar en cualquier aplicativo, y ofrece una amplia gama de servicios de información y análisis a los cuales se pueden acceder.

Viabilidad económica

El sistema tiene pocos requerimientos que implican una inversión económica. Los principales son el alquiler de servicios web de dominio y servidor. Los precios no son altos y se pueden pagar mensual o anualmente. Además hay mucha oferta y competencia en estos servicios, cosa que permiten muchas facilidades y comodidades de pago.

Por otro lado, estos servicios pueden ser pagados a través de donacio-

nes por parte de los miembros de la CAF, cosa que con pequeños aportes de algunos miembros se recauda el monto necesario para contar con estos servicios. Esta modalidad de donaciones funciona actualmente en la comunidad para la plataforma que utilizan.

Análisis de mercado

Análisis de mercado por modelo canvas

Se desarrolló un práctico análisis de mercado a través de la herramienta Canvas, que permite conocer factores y el contexto de una manera muy precisa y concreta.

Partners clave Comunidad CAF: - Adquirir recursos (\$) - Otros recursos	Actividades Clave Desarrollo técnico Relación con CAF Administración de la CAF Optimización de procesos	Recursos clave Sistema de información Aplicación web Dominio y servidor Comunidad CAF
Propuesta de valor Gestión y divulgación del conocimiento: - En la CAF - Escalable a otros contextos	Relación con clientes Comunidad de nicho: - Algunos entran Gamificación - Permanencia Publicidad y voz a voz	Canales Plataforma Email Redes sociales
Segmento de clientes Seguidores del fútbol y del Deportivo Cali	Estructura de costes Dominio, servidor Optimización	Flujo de ingresos Sin ánimo de lucro inicialmente Generación de ingresos y donaciones por la CAF Aplicación y extensión a otros contextos (\$)

Conclusiones

Las comunidades virtuales son espacios en los cuales se puede intervenir a través del diseño de interacción mediante técnicas y metodologías como el del diseño colaborativo, el DCP, entre otras. En este caso fue fundamental adoptar una metodología del diseño participativo para conocer muchas necesidades y oportunidades que de otra manera hubiera sido poco probable identificar.

El sistema de gestión del conocimiento que se le ofrece a la Cultura Alternativa del Fútbol es un sistema que satisface las necesidades inmediatas de esta comunidad y a la vez abre un panorama a nuevas oportunidades que a través del uso en la comunidad y con el paso del tiempo podrán ser descubiertas.

Este sistema no sólo es algo que se adapta a las necesidades de la comunidad en intervención, sino que tiene un alto nivel de adaptabilidad y de extensión a otros contextos donde se manejen grandes cantidades de información y se encuentren implicadas comunidades virtuales.

En este orden de ideas, el sistema de gestión del conocimiento tiene un alto potencial para poderse adaptar a diversas comunidades virtuales y necesidades que estas dispongan. El manejo de información y de su recomendación hace de este sistema un recurso innovador y útil para los medios digitales y espacios de interacción virtuales.

Bibliografía

Äkkinen, M. (2005). *Conceptual Foundations of Online Communities*. Helsinki: HeSe.

Bandura, A. (2001). *Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective*. *Annual Reviews*, 52, 1-26.

Briggs, A. Burke, P. (2002). *De Gutenberg a internet, Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.

Chiu, C. Hsu, M. Wang, E. (2006). *Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories*. *Decision Support Systems*, 42(3), 1872–1888.

Colachico, D. (2010). *Virtual Communities: Concepts, Methodologies, Tools and Applications*. New York: Information Science Reference.

De Fontcuberta, M. (2003). *Medios de comunicación y gestión del conocimiento*. Recuperado de <http://www.rieoei.org/rie32a05.pdf>

DeLone, W. McLean, E. (2003). *The Delone and Mclean model of information systems success: a ten-year update*. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.

De Salas, M. (2010). *La publicidad en las redes sociales: de lo invasivo a lo consentido*. Valencia: Revista Académica Hologramática.

Digital Places. (2000). *The 12 Principles of Collaboration*. Recuperado de: <http://www.digitalplaces.biz/pages/12Principles-Collaboration.pdf>

Easley, D. Kleinber, J. (2010). *Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Highly Connected World*. Cambridge: Cambridge University Press.

Friendly, M. (2009). *Milestones in the history of thematic cartography, statistical graphics, and data visualization*. Recuperado de <http://www.math.yorku.ca/SCS/Gallery/milestone/milestone.pdf>

IDEO.org. (2009). *Field Guide To Human-Centered Design*. Recuperado de <http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/>

Kumar, S. Thondikulam, G. (2005). *Knowledge management in a collaborative business framework*. *Information Knowledge Systems Management*, 5, 171–187.

McKinney, V. Yoon, K. Zahedi, FM. (2002). *The measurement of Web-customer satisfaction: an expectation and disconfirmation approach*. *Information Systems Research*, 13(3), 296–315.

Morduchowicz, R. (2003). *El sentido de una educación en medios*. Recuperado de <http://www.rieoei.org/rie32a02.pdf>

Reig, R. (2010). *La telaraña mediática, Cómo conocerla, cómo comprenderla*. Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Ruiz, G. (2013). *Comunidades digitales y su impacto en la imagen de marca de los equipos de fútbol Atlético Nacional y América de Cali*. Medellín: Revista Facultad de Publicidad UPB.

Saldana, J. (2013). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. Arizona: SAGE Publicaions Ltd.

Shan, S. Xin, T. Wang, L. Li, Y. Li, L. (2013). *Identifying Influential Fac-*

tors of Knowledge Sharing in Emergency Events: A Virtual Community Perspective. Systems Research and Behavioral Science, 30, 367–382.

Shin, S. Kook, W. (2012). Can knowledge be more accessible in a virtual network?: Collective dynamics of knowledge transfer in a virtual knowledge organization network. Decision Support Systems, 59, 180–189.

Shirky, C. (2008). Here comes everybody. New York: Penguin Books.

Scott, J. (2000). Social Network Analysis. London: SAGE Publications.

Stanoevska-Slabeva, K. Schmid, B. (2001). A Typology of Online Communities and Community Supporting Platforms. Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on System Sciences 2001.

Team FME. (2013). SWOT Analysis, Strategy Skills. Recuperado de: <http://www.free-management-ebooks.com/dldebk/dlst-swot.htm>

Typaldos, C. (2000). The 12 Principles of Civilization. Recuperado de http://lsdis.cs.uga.edu/SemWebCourse_files/WP/Mongoose-share-dknowledge-low-res.pdf

Wakkary, R. (2007). A Participatory Design Understanding of Interaction Design. In Science of Design Workshop, CHI 2007, San Jose, CA, USA.

Glosario

Avatar(es): Identidad de una persona en mundos y redes virtuales.

Barcelonismo: Movimiento social alrededor del club de fútbol Barcelona.

Blog: Sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores.

Blogger: Servicio que permite crear y publicar una bitácora en línea.

Brindis: Acción de brindar con vino o licor.

CAF: Comunidad virtual Cultura Alternativa del Fútbol.

DCP: Diseño centrado en las personas.

Deportivo Cali: Club profesional de fútbol de la ciudad de Cali, Colombia.

Fanpage: Página web creada y administrada por una persona interesada en una celebridad, cosa, o un fenómeno cultural particular.

Ideo.org: organización de diseño sin ánimo de lucro que trabaja y lucha contra la pobreza.

Internet: Conjunto interconectado de redes de comunicación que utilizan la familia de protocolos TCP/IP.

Kit: Conjunto de productos y utensilios suficientes para conseguir un determinado fin, que se comercializan como una unidad.

Like(s): Funcion de redes sociales virtuales (especialmente Facebook) para valorar contenidos.

LinkedIn: Red profesional en línea.

Madridismo: Movimiento social alrededor del club de fútbol Real Madrid.

Microblogging: Servicio que permite a sus usuarios (especialmente en redes sociales virtuales como Twitter) crear, enviary publicar mensajes de texto breves.

Paradigma virtual: modelo o patrón virtual aceptado por la sociedad.

Post-it: pequeñas hojas de papel autoadhesivo de colores.

Sinergia(s): Acción de dos o más causas cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales.

Software: Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora.

Target: Mercado objetivo.

Tuit(s): publicación de usuarios de la red social Twitter.

Vídeo: Sistema de grabación y reproducción de imágenes, acompañadas o no de sonidos, mediante cinta magnética

Virtualidad: Que tiene existencia aparente y no real.

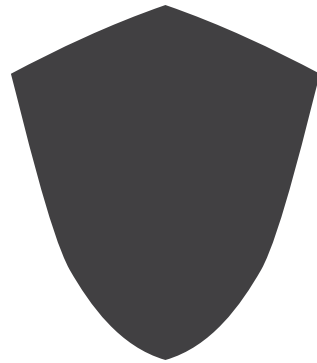
Web: Sistema de distribución de documentos de hipertexto o hipermedios interconectados y accesibles vía Internet.



La hinchada más culta

Cultura Alternativa del Fútbol

“La Cultura Alternativa del Fútbol (CAF) es un espacio creado para la hinchada más culta. En él, los fanáticos azucareros pueden comentar, discutir y argumentar con altura sobre el tema que más les gusta: el Glorioso Deportivo Cali, la Amenaza Verde.”



Escudo

Atribuye la unidad y solidez de la CAF.



Satélites

Representan el análisis, respeto y conocimiento, fundamentos de la Cultura Alternativa del Fútbol. Estos convergen en un sólo punto, simbolizando la mística y esencia de la comunidad.



Identidad

El título, haciendo referencia al escudo de antaño del Deportivo Cali y sus colores **verde y blanco.**



Mística y esencia de la Cultura Alternativa del Fútbol.

10 X



Satélites - marco inferior

Verde #24832b



Base escudo

Verde #0c6412



Marco escudo

Gris claro #cecece



Sombra escudo

Verde oscuro #063209



Sombra marco escudo

Gris #676767

CAF

Texto

Gris oscuro #1f1f1f

Aa

Fuente

Brandon Grotesque - Black

Fondo

Blanco #ffffff



8 3/5 X

□ = X

Logo

Disposición original y alternativa principal de aplicación.



Logosímbolo

Alternativa para aplicaciones que requieran una disposición cuadrada y con poco espacio.



Logo simplificado

Alternativa para contextos que requieran poco espacio y reconocimiento directo del nombre de la comunidad.



Logo con siglas CAF

Variación de la disposición principal, para contextos que se limiten a un espacio pequeño.





El logo de la Cultura Alternativa del Fútbol puede hacer juego y contrastar con otros fondos diferentes al blanco. Entre estos se encuentran los grises y los verdes claros, que generan buen contraste y armonía de color.



Gris claro #d1d3d4



Verde #66cc66



Verde #99cc99

La web ofrece múltiples aplicaciones de color e iconografía a sus usuarios, debido a la gran libertad de diseño y límites que goza este contexto. La CAF ofrece un diseño de iconografía y paleta de colores para su plataforma orientado a las exigencias y características de los usuarios de esta red social. Para esto se integrará el conjunto de iconografía y diseño *Material Design* de Google.



La aplicación web de la Cultura Alternativa del Fútbol tendrá los siguientes estándares para su diseño. Esto comprende unas guías de estilo para sus textos, imágenes e iconografía para las secciones de la aplicación.

Texto: Entrada

<i>Fuente</i> Roboto	<i>Título</i> Bold	<i>Párrafos</i> Regular	<i>Párrafo</i> Alineado a la izquierda
Gris #212121	Título de entrada		24 pt
Verde #388E3C	Por Usuario el Fecha a las Hora		12 pt
Gris #212121	Alguna vez, el entonces presidente de la Liga de fútbol del Atlántico, Carlos Peña Torres, me invitó para que fuéramos a ver una final infantil que se jugaba en el estadio Moderno de Barranquilla y que fue ganada precisamente por Asefusa. Varios chicos me interesaron. Hablé con el presidente del club, que resultó ser el papá de los Roa, y le sugerí que era importante que organizaran un programa de control para esos muchachos. “Es bueno que los lleves a un médico deportólogo y a un nutricionista —le indiqué—, juegan bien tus pelaos, pero están como flaquitos”.		16 pt

Texto: Comentarios (c), respuestas (r) y citas (q)

<i>Fuente</i> Roboto	<i>Usuario</i> Bold	<i>Párrafos</i> Regular	<i>Párrafo</i> Alineado a la izquierda	
Verde #388E3C	Nombre de usuario		16 pt	} c
Gris #212121	Fecha a las Hora		12 pt	
Gris #212121	Yo creo que Don 'Pék' nos lee. Hace rato pidiendo a Muriel y a Jackson y por fin les dio minutos importantes. Fueron titulares y jugaron la mayor parte del juego. Aunque Jackson se ve tieso para finalizar la jugada, hoy fue importante como pivote, ganando por arriba y de fuerza.		16 pt	
Verde #388E3C	Nombre de usuario	Al final del partido podemos rescatar un par de cosas. Lo primero es el punto. Valioso. No sé cuántos lograrán sacar ese punto en Santiago.	14 pt	} r
Gris #212121	· Hora / Fecha		12 pt	
Verde #388E3C		De a poco esa selección sub-20 del 2011 llega a la titular de mayores. Arias, Murillo, James, por fin Muriel. En veremos están Yerson y Cabezas. Cardona tambien hizo parte de esa seleccion sub-20.	14 pt	} q
Gris #212121			12 pt	
Gris #616161				

Imagen

Imagen de entrada
Ancho máximo 680 px



Imagen de perfil: entrada
80 x 80 px



Imagen de perfil: comentario
50 x 50 px



Imagen de perfil: respuesta
40 x 40 px

