



**Dinámicas de comunicación,
uso y apropiación de una
página web:**

el caso de la Asociación de Cabildos
Indígenas del Norte del Cauca



Paulo César Paz Ramos

No comercializable

No comercializable

No comercializable



**Dinámicas de comunicación,
uso y apropiación de una
página web:**

el caso de la Asociación de Cabildos
Indígenas del Norte del Cauca

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable



**Dinámicas de comunicación,
uso y apropiación de una
página web:**

el caso de la Asociación de Cabildos
Indígenas del Norte del Cauca

Paulo César Paz Ramos



Editorial Universidad del Cauca

2017

Paz Ramos, Paulo César.

Dinámicas de comunicación, uso y apropiación de una página web: el caso de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca. / Paulo César Paz Ramos – Popayán: Sello Editorial Universidad del Cauca, 2017.

197 p., cuadros.

Bibliografía: pp. 165-177; Anexos: pp. 179-191; Índice Analítico: pp. 193-195; información del autor: p.197.

1. INDÍGENAS NASA véase además, PAECES - (CAUCA COLOMBIA).
2. SISTEMAS DE COMUNICACIÓN - INDÍGENAS NASA 3. INDIGENAS DE AMERICA DEL SUR - INVESTIGACIONES. 4. INNOVACIONES TECNOLÓGICAS – INDÍGENAS NASA. 5. ETNOLOGÍA CAUCANA. I. Titulo II. Universidad del Cauca.

ISBN 978-958-732-247-7
scdd 21: 305.8982 P348

Hecho el depósito legal que marca el Decreto 460 de 1995
Catalogación en la fuente – Universidad del Cauca. Biblioteca

© Universidad del Cauca, 2017
© Unicomfaucauca
© Paulo César Paz Ramos

Primera edición en español
Editorial Universidad del Cauca, Abril de 2017

Diseño de la Serie: Editorial Universidad del Cauca
Rector: Jose Luis Diago Franco
Vicerrector de Investigaciones: Héctor Samuel Villada Castillo
Editora General de Publicaciones: Jasmín Bedoya González
Corrección de estilo: María Elena Sandoval, Marcela Vallejo Quintero
Diagramación: Daian Alexa Muñoz De la Hoz
Diseño de carátula: Daian Alexa Muñoz De la Hoz

Editorial Universidad del Cauca
Casa Mosquera, Calle 3 No 5-14
Popayán, Colombia
Teléfonos: 57+(2) 8209900 Ext 1134
<https://www.unicauca.edu.co/editorial/>
editorialuc@unicauca.edu.co

Sello editorial Unicomfaucauca
Calle 4 # 8-30- popayán.
Tel 8220517 Ext 148.
<http://www.unicomfaucauca.edu.co>

Libro financiado por el Sistema General de Regalías, a través del proyecto InnovAcción Cauca ejecutado por la Universidad del Cauca, y la Corporación Universitaria Comfaucauca.

Copy Left: los contenidos de este libro pueden ser reproducidos en todo o en parte, siempre y cuando se cite la fuente y se haga con fines académicos y no comerciales.

Impreso en Popayán, Cauca, Colombia. Printed in Colombia

Contenido

Agradecimientos	9
Primera Parte	10
Introducción	11
Estructura del libro	15
Planteamiento de la investigación	19
Delimitación	19
Problema: formulación y relevancia	20
Objetivos, preguntas e hipótesis de la investigación	25
Objetivo principal	25
Objetivos secundarios	25
Preguntas de investigación	26
Hipótesis	27
Marcos teórico y referencial	29
Sociedad de la información y sociedad del conocimiento	29
Conectividad, acceso y apropiación social	31
Comunicación para el desarrollo y el cambio social	37
Apropiación ciudadana de las TIC	46
Aspectos de comunicación digital	63
Segunda Parte	96
Criterios metodológicos de la investigación	97
Metodología y métodos empleados	97
Técnicas e instrumentos	100
Categorías y subcategorías de análisis	100
Ficha de análisis	103

No comercializable

Tercera Parte	106
Análisis y discusión de resultados	107
Estrategias de comunicación desarrolladas por el Tejido	107
Propósitos, usos, públicos y características del sitio web	110
Cuarta Parte	154
Conclusiones y sugerencias	155
Conclusiones de la investigación	155
Cumplimiento de las hipótesis formuladas	159
Sugerencias y recomendaciones	161
Referencias citadas	165
Anexos	179
Anexo 1. Matriz de análisis. Ficha de análisis sitio web Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca –ACIN–	179
Índice analítico	193
El autor	197

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

Dedico este libro en primera instancia a Dios, por brindarme esta oportunidad. A mi madre Libia María Ramos y a mi padre Juan Carlos Paz, luchadores incansables y ejemplos a seguir. A mi esposa, Sandra Nuñez Vivas, por acompañarme y apoyarme en este proceso. A mi hijo Jerónimo, mi motor, mi inspiración y con quien algún día tendré la oportunidad de discutir este texto y ojalá otros más de mi autoría.

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

Agradecimientos

A la Corporación Universitaria Comfacauca - Unicomfacauca por apoyar la realización de mi maestría y por postular mi investigación a la convocatoria de Innovación Cauca.

A Innovación Cauca por generar este tipo de procesos de apoyo a la investigación.

A la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín por formarme como Magíster en Comunicación Digital.

Al Tejido de Comunicación de la ACIN, por generar procesos comunicativos tan interesantes que motivan a estudiarlos y a reflexionar sobre ellos.

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable



No comercializable

Introducción

En Colombia, y sobre todo en el Departamento del Cauca, los movimientos indígenas siempre han sido protagonistas de diferentes dinámicas de tipo social, político y cultural. En el mencionado territorio, se distinguen principalmente dos etnias: los Misak (Guambianos) y los Nasa, caracterizadas por ser generadoras de procesos de resistencia pacífica para hacer respetar sus derechos como pueblos, a través de sus historias comunes y particulares.

Los Nasa han desarrollado múltiples estrategias de pervivencia que se han venido adaptando a los diferentes contextos provenientes de entornos sociales, económicos, políticos y tecnológicos ajenos a sus propias realidades y cosmovisiones. De esta forma, en 1971, en alianza con otros pueblos indígenas, se creó el Consejo Regional Indígena del Cauca –CRIC–, organización que representa a 110 cabildos provenientes de nueve zonas del departamento. Una de estas es la zona norte, la cual está representada por la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca –ACIN–, cuya sede principal es en el municipio de Santander de Quilichao (Almendra 2009a).

La ACIN, agrupa 14 resguardos y 18 cabildos, ubicados en los municipios de Toribío, Caloto, Miranda, Corinto, Jambaló, Santander de Quilichao, Suárez y Buenos Aires. Se resalta de este movimiento, entre otras cosas, su constante búsqueda para ser reconocidos en el país y en el mundo; por defender su *Plan de Vida*, a través de acciones participativas concretas y del seguimiento colectivo de una serie de principios de vida (espiritualidad, reciprocidad, integralidad, uso respetuoso de la tierra) y organizativos (unidad, territorio, cultura y autonomía).

Con este *Plan*, se procura consolidar la construcción del proceso ancestral de forma libre y autónoma a través de la participación de la comunidad: mingas, congresos, concejos y asambleas comunitarias de comités o núcleos de programas, de tejidos, de autoridades indígenas.

Se deduce entonces, teniendo como referencia lo encontrado por Paz (2011), quien hizo un recorrido por la Web buscando compilar y sistematizar investigaciones sobre el Tejido de Comunicación de la ACIN, que el *Plan de Vida* del Pueblo Nasa es un proceso permeado por estrategias continuas, constantes y variadas de comunicación. El logro de estos objetivos comunitarios fuertemente participativos, ha dependido y sigue haciéndolo de las acciones de comunicación que se construyan. Por esta razón, desde sus creencias y cosmovisiones han creado unos tejidos, los cuales se perciben como el hilo conductor de ese *Plan*:

- Tejido Económico Ambiental
- Tejido Pueblo y Cultura
- Tejido de Justicia y Armonía
- Tejido de Defensa de la Vida
- Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida

Este último, a través de su historia ha venido desarrollando, construyendo y articulando distintas estrategias comunicativas tradicionales y en medios masivos que buscan generar procesos de información, reflexión, decisión, movilización, retroalimentación y actuación en las comunidades indígenas (Almendra 2009b).

Es importante resaltar que el Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida ha recibido varios reconocimientos de índole social, cultural y político por su trabajo, por su diversidad de propuestas y porque tiene un

enfoque de construcción de tejido social, llevando su influencia a otras latitudes y comunidades. Entre ellos, el premio Bartolomé de las Casas en su XIX edición en septiembre del 2010, en el que se le hace un reconocimiento a la “labor en el ámbito de la información del Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas, que incorpora y articula las estrategias comunicativas tradicionales con los medios tecnológicos para informar, reflexionar y decidir con el propósito de defender la vida de las personas y la pervivencia del territorio” (Sitio web de la ACIN).¹

Cabe mencionar que existen investigaciones provenientes de diferentes contextos y enfoques, que han buscado conocer, reconocer, discutir y reflexionar sobre lo que ha venido trabajando la ACIN en su propuesta comunicativa. Se rescatan: *Encontrar la palabra perfecta* (Almendra 2010); Nuevos repertorios tecnológicos y movimientos sociales: el caso de la Asociación Indígena del Norte del Cauca (ACIN) (Unás 2010); *La apropiación de Internet en comunidades indígenas: el caso del Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca-ACIN* (Almendra 2009b) y *Apropiación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, por parte de los pueblos Nasa y Muisca* (Correa 2009).

Este trabajo se enfoca en la comunidad Nasa: en lo realizado hasta el momento por el Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas, específicamente en su sitio web: www.nasaacin.org.

Se describe cómo se está desarrollando el proceso comunicativo en dicha página, para entender e interpretar lo que está aconteciendo en este colectivo. Igualmente, se explica qué los motiva a realizar las cosas de la forma en que lo están haciendo. Para esto se elabora un diagnóstico que permite ubicar, describir, detallar, analizar y valorar la propuesta comunicativa digital en el periodo comprendido entre el 2011 y mediados del 2013, aclarando que el diseño y algunas dinámicas de esta página se han modificado desde entonces.

1 www.nasaacin.org/

El eje central de esta investigación es realizar una interpretación crítica de lo sucedido para extraer aprendizajes que puedan utilizarse en otras experiencias y que aporten a las teorías de la comunicación. Este diagnóstico permite, no sólo conocer esta realidad, sino proponer algunos cambios y emitir recomendaciones en busca de una continua mejora y adaptación a las narrativas digitales de punta, aprovechando los contenidos y conocimientos adquiridos en la Maestría en Comunicación Digital.

De ahí la importancia de realizar esta investigación, porque no se limitó a diagnosticar esta experiencia, ya que trascendió a la propuesta. Se pretende aportar y recibir conocimientos que ayuden al colectivo de comunicación a adquirir nuevas herramientas y narrativas digitales. Así mismo, compartir esta realidad, compararla con otras y relacionarla con las teorías existentes, lo que llevará a responder algunos interrogantes y a descubrir algunas realidades. En últimas, permitirá utilizar las lecciones extraídas en esta experiencia para el mejoramiento de nuevas iniciativas.

Este trabajo también permitió visibilizar aún más esta comunidad, conocer algo de sus dinámicas comunicativas ancestrales, combinadas con propuestas actuales de Tecnologías de Información y Comunicación Digitales –TIC–, sus problemas, sus sueños, las lecciones aprendidas y sus planes de vida, lo que servirá como referencia para el desarrollo de procesos similares que se quieran adelantar en otras comunidades, no sólo indígenas, también en otros contextos: barriales, institucionales o ciudadanos.

Como metodología de investigación para observar el objeto de estudio, y así analizarlo y describirlo, se escogió el estudio de caso, apoyado por procesos provenientes de la etnografía virtual, puesto que esta permite estudiar comunidades virtuales con unos participantes que producen y mantienen relaciones sociales en las que intervienen diferentes significados, lo que las convierte en ciberculturas. En este caso se recurre a la descripción densa (Geertz 1992) de la página web de la ACIN, a la interpretación de sus propuestas y de las interacciones

generadas, teniendo en cuenta lo que plantean Mason y Dicks (1999:): “Una etnografía virtual es aquella que se sumerge totalmente en la realidad consensuada y experienciada por grupos de personas que usan la comunicación mediada por el ordenador como su primario, y a menudo único, medio de comunicación. Como tal, la persona *on line* o virtual de los participantes es el foco principal del etnógrafo”.

Una posible debilidad del trabajo, la cual es importante reconocer y explicitar, es que el diagnóstico se enfocó en ubicar los diferentes estándares internacionales con los que debe contar una página web, sin profundizar mucho que al ser un medio de comunicación indígena se pueda alejar de estos. La razón de esta mirada, es que la página web de la ACIN, se encuentra inmersa en una red mundial, en la que la mayoría de los usuarios se han acostumbrado a ciertos patrones de uso, de hecho, como se podrá observar más adelante, el producto digital creado por el Tejido de Comunicación, en un porcentaje muy alto, está dirigido a públicos externos que llevan consigo ciertas prácticas de uso, las cuales pretenden encontrar en las diversas propuestas tecnológicas subidas a la Internet en este caso.

Sin embargo, como aporte a la forma de observar y analizar esta página y sus dinámicas, se tuvieron en cuenta algunos aspectos fundamentales, sobre los sistemas de información y comunicación indígenas planteados por Gómez (2010), que permitieron dimensionar desde otra perspectiva el uso que estos le dan a las tecnologías y lo que ofrecen a sus públicos con sus características apropiadas: “Los sistemas de información y comunicación indígenas poseen características singulares que los tornan totalmente diferentes a los sistemas comerciales o públicos” (Gómez 2010).

Estructura del libro

Se divide en seis capítulos. En el primero se observa el Planteamiento de la investigación con su respectiva delimitación, formulación y relevancia del problema. Se resalta en esta parte la exposición breve de algunas investigaciones

realizadas en el pasado sobre el *Tejido*, provenientes del contexto académico universitario y de Organizaciones no gubernamentales –ONG–. El segundo capítulo presenta los Objetivos, las preguntas y las hipótesis que se plantearon.

El tercer capítulo se destinó a la exposición del Marco teórico y referencial. En este se definen los principales conceptos y planteamientos que sirvieron de sustento y de guía para el desarrollo de la investigación. Es importante aclarar que se estructuró desde tres perspectivas:

- Una enfocada hacia el marco general de la Sociedad de la Información y del Conocimiento, generada por la evolución y sobre todo, por la expansión y apropiación de las TIC.
- Una segunda, hacia el contexto indígena y la comunicación comunitaria, con sus diferentes modelos
- Y una tercera, hacia algunos aspectos relevantes de la comunicación digital, que en últimas permitieron y consolidaron el diagnóstico, ya que en este se estructura y se define lo que se analizó del sitio web desde la perspectiva de la usabilidad.

El enfoque digital entra entonces a encauzar el diagnóstico hacia lo que se quiere inspeccionar, pero teniendo como referentes sobre quién produce (comunidad indígena), cómo lo hace (modelos comunicativos) y en qué contexto se produce, lo que permite una aproximación holística a la propuesta electrónica.

En otras palabras, estos tres enfoques se complementan, pues se accedió a datos teóricos y a otros relevantes de la comunidad responsable del sitio web y de sus modelos comunicacionales, lo que permitió la creación de una imagen general del emisor que más tarde influyó en la interpretación de la propuesta comunicativa en su página web.

En el capítulo cuatro se trabaja la *metodología*. Se aclara que se trata de un estudio cualitativo y el porqué de esa elección y se detalla el método utilizado, el Estudio de Caso. También

se indican las técnicas e instrumentos usados, las categorías de análisis y se expone la ficha de análisis establecida para realizar el diagnóstico desde la perspectiva de la usabilidad.

El capítulo cinco presenta el *análisis y la discusión de los resultados*. Estos son expuestos siguiendo el orden de las categorías de análisis definidas en el capítulo anterior. El análisis se ejecutó de la siguiente forma: para la categoría 'Estrategias de comunicación realizadas por el Tejido de Comunicación' se recurrió al marco teórico y referencial de esta investigación, a la página de la ACIN y fueron apoyadas por algunas investigaciones ya realizadas a este colectivo. Para las otras tres categorías, el análisis se ejecutó mediante la interpretación de los datos obtenidos de una plantilla o matriz de análisis creada para el diagnóstico.

El último capítulo ofrece las conclusiones y sugerencias generadas en la investigación.

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

Planteamiento de la investigación

Delimitación

Esta investigación posibilitó analizar los procesos comunicativos, informativos y de interacción, desarrollados en el sitio por el colectivo *Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida* (en adelante Tejido). Para lograr lo anterior, necesariamente se conoció y relacionó las otras estrategias comunicativas que el colectivo ha venido realizando hasta la fecha, tales como: las mingas comunitarias, talleres comunicativos y los foros de pensamiento.

De igual forma, se tuvieron en cuenta las experiencias en medios como la emisora comunitaria Radio *Pa'yumat*; la producción permanente de materiales audiovisuales, los cuales han logrado registrar todas las dinámicas de esta organización; Radio Nasa, ubicada en el municipio de Toribío, y algunas experiencias en medios impresos. Lo anterior, permitió estudiar la propuesta desarrollada en el sitio web desde una dimensión más global, proveniente de una infraestructura comunicativa. Es así como se logró establecer si las estrategias implementadas por el Tejido de Comunicación, desde diferentes medios y lenguajes, se complementan y actúan de forma convergente, o sólo se trata de dinámicas aisladas que actúan de manera independiente una de la otra, sin lograr procesos comunicativos de información y de interacción, más efectivos y contundentes.

El trabajo se realizó para diagnosticar las dinámicas comunicativas desarrolladas en la página web desde el año 2011 hasta mediados del 2013, bajo unos parámetros establecidos y provenientes de propuestas teóricas relacionadas con el ciberespacio, sus

estructuras, características, propuestas, tendencias y sus narrativas. Para lograr una buena lectura de lo actual, se necesitó conocer e interpretar hechos del pasado, circunstancias, experiencias, estudios, propuestas y formatos anteriores a los vigentes. Esto permitió, no sólo dimensionar el porqué de las dinámicas actuales, sino también generar propuestas de mejoramiento y de cambio a futuro.

Problema: formulación y relevancia

La ACIN se encuentra conformada por cinco tejidos, los cuales son estructuras que la sostienen y que sirven de base administrativa y logística para su organización: Tejido Económico-Ambiental, de Pueblo y Cultura, de Defensa de la Vida, de Justicia y Armonía y de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida. Esta investigación se centra en este último, cuyo objetivo principal lo tienen muy bien definido y acordado: “Su sentido es informar dentro y desde el proceso y hacia y desde otros pueblos y procesos para reflexionar, decidir y actuar en consecuencia de manera coherente y con conciencia crítica de la realidad. Combina formas propias de comunicación como son las Asambleas, las Mingas comunitarias, los Congresos y otras, con formas apropiadas que incluyen radios comunitarias, Internet y página electrónica, impresos y video-documentales” (Almendra 2009a).

El enfoque anterior se puede evidenciar en acciones o estrategias comunicativas concretas que se vienen realizando desde hace años, como el continuo contacto informativo de acontecimientos locales, nacionales e internacionales con la comunidad a través de la emisora comunitaria Radio *Pa yumat*; la producción permanente de materiales audiovisuales que registran las dinámicas de esta organización; Radio Nasa ubicada en el municipio de Toribio; medios impresos y la página web (<http://www.nasaacin.org>), la cual ha recibido múltiples reconocimientos provenientes de diferentes ámbitos nacionales e internacionales como el premio Bartolomé de las Casas.

A lo anterior se le podría agregar que sobre este colectivo se han desarrollado un buen número de investigaciones. Para acceder a un breve panorama de estas se recurre a Paz (2011), quien afirma haber encontrado doce, las cuales provienen básicamente de dos contextos: nueve del académico y universitario, y tres de las Organizaciones no gubernamentales –ONG–.

Contexto académico universitario

Almendra Quiguanás, Vilma Rocío

2009 “La apropiación de internet en comunidades indígenas: el caso del *Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida* de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca –ACIN”. Trabajo de grado. Programa de Comunicación Social y Periodismo. Universidad Autónoma de Occidente. Cali.

2009 La palabra y acción para la movilización. *Revista Comunicación y ciudadanía*. (2): 42-51.

2010 “Encontrar la palabra perfecta” publicación electrónica. Dirección de Investigaciones y Desarrollo Tecnológico Grupo de Investigación en Comunicación para el desarrollo. Universidad Autónoma de Occidente. Cali

Unás, Viviam

2010 Nuevos repertorios tecnológicos y movimientos sociales: el caso de la Asociación Indígena del Norte del Cauca (ACIN). *Revista CS*. (6): 255-282.

Pabón, David

2010 “Aportes a un modelo de economía ecológica para programas de sostenibilidad local y regional en Colombia”. Tesis, programa de Master Universitario en Gestión de Empresas: Pymes y Doctorado en Economía Social. Universidad Internacional de Andalucía. Santa María de La Rábida

Correa Correa, Javier

2009 ‘Apropiación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación –TIC – por parte de los pueblos Nasa y Muisca’. Tesis de grado.

- Maestría en Investigación en Problemas Sociales Contemporáneos. Universidad Central, Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Arte -Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos –IESCO-. Bogotá.
- González Piñeros, Nidia Catherine
2006 *Resistencia indígena: alternativa en medio del conflicto colombiano*. Cali: Grupo de investigación Problemas Políticos Globales Departamento de Ciencia Jurídica y Política - Pontificia Universidad Javeriana.
- Dorado, Mauricio y Tejido de Comunicaciones de la ACIN
2005 “El Tejido de comunicación, Las TIC y el Plan de Vida de las comunidades indígenas del norte del Cauca: la importancia de las TIC en los procesos de gestión comunitaria”. *Memorias de ponencias: Colombia: diálogo cultural y tecnologías de información y comunicación*. Cali: Universidad Autónoma de Occidente.
- Paz, Olga
2004 “Políticas de Gestión del Conocimiento y Usos Sociales de Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, TIC En Tres Programas: La Agenda de Conectividad del Gobierno Colombiano, El Sistema de Información para el Desarrollo Empresarial Rural, SIDER, del Centro Internacional de Agricultura Tropical, CIAT, y el Telecentro Comunitario de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca, ACIN”. Tesis, Maestría Andina en Comunicación y Sociedad con Mención en Políticas Públicas para Internet: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales –FLACSO-. Quito.
- Contexto proveniente de ONG
- Coryat, Diana
2008 Desafiando los silencios y omisiones de los medios de comunicación dominantes: Los medios de comunicación colectivos en Colombia impulsados por la juventud. *Youth Media Reporter*.

- Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca –ACIN–
- 2007 Tejer la libertad de la palabra para caminar la libertad y la vida. América Latina en movimiento: Comunicación: democratización, ciudadanía, medios comunitarios. (421). Disponible en: www.alainet.org/es/active/22961
- 2005 Reflexión a partir del taller de sensibilización y diseño de estrategia en comunicación en la zona indígena del norte del Cauca. Producción: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Disponible en: <http://www.alainet.org/es/active/22961>

La mayoría de estas pesquisas apuntan a sistematizar la experiencia del colectivo mencionado, lo que ratifica que se percibe como un buen objeto de estudio y evidencia la necesidad de conocer profundamente cuáles son las motivaciones, los conocimientos, las miradas y los hechos que hacen que el Tejido, trabaje o construya su página web de la forma en que lo hace. De ahí que se haya sugerido realizar un diagnóstico de su propuesta comunicativa y el planteamiento de los objetivos que se describen a continuación.

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

Objetivos, preguntas e hipótesis de la investigación

Objetivo principal

Realizar un diagnóstico crítico de la propuesta comunicativa desarrollada en el sitio web de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca –ACIN–, como parte de la estrategia de comunicación estructurada por su *Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida*, para extraer aprendizajes que permitan establecer acciones de mejora, utilizar en otras experiencias y aportar a las teorías de la comunicación digital.

Objetivos secundarios

- Recopilar, clasificar y describir la información sobre la propuesta y el manejo de las estrategias comunicativas realizadas hasta el momento por el Tejido mencionado.
- Describir los propósitos y el uso que se le está dando a la página web, así como sus características actuales.
- Analizar si hay una relación adecuada entre los públicos objetivos, las características del producto, los propósitos y los usos que efectivamente está recibiendo el sitio web, con las demás estrategias comunicativas.

- Proponer recomendaciones de mejora para el sitio web, en busca de una continua mejora y adaptación a las narrativas digitales de punta, aprovechando los contenidos y conocimientos adquiridos en la Maestría en Comunicación Digital.

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles han sido las estrategias comunicativas, informativas y de interacción desarrolladas por el Tejido hasta el momento?
- ¿Cuáles han sido los principales cambios realizados en las prácticas o estrategias comunicativas propuestas por el Tejido
- ¿Qué motivó al Tejido a incursionar en Internet con un sitio web, y cuáles son los propósitos fijados con él?
- ¿Cuáles son los usos que le están dando a su sitio web al interior y al exterior del colectivo?
- ¿Cuáles son las propuestas narrativas y las características comunicacionales de la página web actual?
- La propuesta narrativa y las características del producto web ¿son acordes a las tendencias actuales?
- ¿Son convergentes las estrategias comunicativas propuestas hasta el momento por el Tejido?
- ¿Qué acciones de mejora serían pertinentes o recomendables para el sitio web?
- ¿Qué aportes le traería el diagnóstico de la propuesta comunicativa de la página web al Tejido, a las prácticas comunicativas y a la teoría?

Hipótesis

- La página web de la ACIN se encuentra actualizada en sus propuestas narrativas digitales y sus características cumplen las recomendaciones actuales para la comunicación digital.
- Las estrategias comunicativas desarrolladas hasta el momento por el Tejido son convergentes en medios y lenguajes.
- La página web de la ACIN se ha destacado más por el movimiento social que genera, que por sus propuestas narrativas.

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

Marcos teórico y referencial

Sociedad de la información y sociedad del conocimiento

Una investigación en la que se indague sobre un colectivo social y el manejo que le está dando a sus estrategias comunicativas, en especial la de su página web, que no toque el tema de la sociedad de la información y del conocimiento, se quedaría sin el piso o la plataforma que sostiene toda esa dinámica social y de uso de las tecnologías. De esta forma, se creyó conveniente iniciar este capítulo con una pequeña reflexión sobre estas dos sociedades construidas e imaginadas por el hombre.

Sobre la sociedad de la información, Jaillier (2010) afirma que este término se inserta en las dinámicas de reflexión y del pensamiento de nuestra humanidad, por primera vez, en el año 1975, por parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico –OCDE– y que posteriormente, el Consejo de Ministros de la Comunidad Europea empieza a constituir esta concepción, como un modelo de sociedad, con todas las acciones y dinámicas que este conlleva.

Por su lado, Flores, Galicia y Sánchez (2007) citados por Fandiño (2011: 2) afirman que la sociedad de la información se relaciona mucho con la posibilidad que tenemos los seres humanos de experimentar nuevas formas de comunicación e información en lo cotidiano, personal, profesional, académico y lúdico.

En 2003 en Ginebra, la Cumbre Mundial sobre la sociedad de la información hace referencia a este término así:

La Sociedad de la Información es un concepto en plena evolución, que ha alcanzado en el mundo diferentes niveles, como reflejo de diferentes etapas de desarrollo. Los cambios tecnológicos y de otro tipo están transformando rápidamente el entorno en que se desarrolla [...]. El Plan de Acción constituye, pues, una plataforma dinámica para promover la Sociedad de la Información en los planos nacional, regional e internacional. La estructura peculiar de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), en dos fases, permite recoger esta evolución. (ONU y UIT 2004).

En la Cumbre Mundial sobre el mismo tema celebrada en Túnez en noviembre de 2005, se encontró un compromiso de los cuarenta emitidos que podría aportar un poco a este trabajo, este es enfocado hacia el colectivo de comunicación de la ACIN:

Reconocemos que el acceso a la información y el intercambio y la creación de conocimientos contribuyen de manera significativa al fortalecimiento del desarrollo económico, social y cultural, lo que ayuda a todos los países a alcanzar las metas y los objetivos de desarrollo acordados internacionalmente, especialmente los de la Declaración del Milenio. Este proceso se puede mejorar eliminando las barreras que impiden el acceso universal, ubicuo, equitativo y asequible a la información. Subrayamos la importancia de eliminar estas barreras con el fin de colmar la brecha digital, especialmente las que impiden alcanzar el pleno desarrollo económico, social y cultural de los países y el bienestar de su gente, en particular, en los países en desarrollo. (ONU y UIT, 2006).

En cuanto a la sociedad del conocimiento, se podría afirmar que lleva consigo algunas diferencias en sus dinámicas y aportes con respecto a la de la información. En la del conocimiento, los que han reflexionado sobre ella se han enfocado en las acciones profundas y complejas de transformación social, cultural y

política, con unas preocupaciones importantes en el desarrollo sostenible. Se afirma también que ha enfocado sus acciones y dinámicas en la generación de capacidades y de competencias humanas y culturales (Jaillier 2011: 7).

Otras posturas perciben a la sociedad del conocimiento como la vía o la plataforma construida para generar, propiciar y hacer uso de este para atender las necesidades de desarrollo de una sociedad. Todo esto permite entonces, que la sociedad convierta la creación y transferencia del conocimiento en una herramienta para su propio beneficio (Sanabria en Fandiño 2011: 3).

Por otro lado, es conveniente resaltar que la sociedad del conocimiento se empezó a construir como imaginario en los contextos académicos a finales de los años 90, como alternativa de la sociedad de la información (Fandiño 2011: 3).

Las dinámicas humanas, todas sin excepción, se mueven y se construyen en ambas sociedades; el colectivo indígena de la ACIN no ha estado fuera de estas fuerzas culturales, sociales y políticas, que incluyen en algunas ocasiones y que excluyen en otras.

Conectividad, acceso y apropiación social

El Tejido de Comunicación del colectivo Nasa, ha venido 'tejiendo' sus posturas y estrategias en el ámbito comunicativo desde el 2005, año en el que se decidió implementar una estrategia de comunicación que incluyera los siguientes factores: técnicos, políticos, medio ambiente, comunicación con otros sectores y con la comunidad internacional (Murillo 2011: 169).

Uno de los enfoques o estrategias comunicativas que ha tenido este grupo de la ACIN, ha sido el de su página web, espacio principal de estudio de este trabajo. Para poder conocer otras de las dinámicas que se han generado en torno a este medio de comunicación inmerso en la red, es importante conocer sobre la conectividad, el acceso y la apropiación social, los tres conceptos obviamente, enfocados hacia el ámbito de las TIC.

Se iniciará con el concepto de *conectividad*, que en primera instancia, se podría decir que es la posibilidad que existe de generación de lazos entre objetos y funciones que se interrelacionan. Para hacer más claridad en este punto, se recurre a Figueroa y Rozas (2005: 10):

[...] es una estructura que está conformada por una red de corredores que sirven para movilizar bienes, servicios, información y personas entre distintos puntos del territorio”. Por su lado, el Ministerio de Comunicaciones de Colombia (2008), considera prioritario que todos los colombianos tengan políticas permanentes de promoción, acceso y apropiación de recursos tecnológicos que faciliten su desarrollo social y humano.

Es importante entonces, sobre este aspecto, definir unas características básicas de esta red: los aspectos físicos o estructurales del territorio donde está funcionando o cumpliendo su labor, qué dificultades o facilidades se encuentran en este espacio para el despliegue de la red. También, es vital tener en cuenta características como los flujos, en cuanto a movilidad, volúmenes y tipo de recursos movilizados (Figueroa y Rozas 2005: 10).

En cuanto al concepto de *acceso*, se opta por la definición utilizada por Crovi Druetta(2007: 3):

Se considera Acceso a la acción de acercarse a algo. Significa también entrada o paso. Para el derecho el acceso refiere al modo de acercarse a algo a fin de conseguir su dominio. En el caso de las TIC el acceso está vinculado a la posibilidad de ofrecer recursos para todos los usuarios, es decir, permitirles la entrada o paso. Es por ello que visto desde las políticas públicas referidas a las TIC, el concepto de acceso se vincula a igualdad y democracia.

Por otro lado, se habla de acceso equitativo, entendido como la posibilidad de conectividad a costos alcanzables, dirigida a fragmentos de la población económicamente

menos favorecidos. También, tiene que ver con la formación elemental en el manejo de las herramientas, para que personas de diferentes etnias, género, origen social o credo las puedan utilizar (Sánchez 2008: 157).

Algunos datos sobre la ‘conectividad’ en el Cauca que pueden aportar a este trabajo son (El Liberal, 2010):

- El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –Mintic– con el propósito de capacitar digitalmente a los colombianos, invirtió en los últimos ocho años \$115.200 millones en el departamento del Cauca. Gracias a los programas Computadores para Educar, Compartel, Gobierno en Línea y a la estrategia Cauca Digital.
- El programa social del MinTIC, Computadores para Educar –CPE–, en el 2010 tuvo una inversión en el departamento del Cauca de \$14.236 millones. En los últimos ocho años capacitó 220.132 estudiantes, entregó 12.310 equipos de cómputo, benefició 944 sedes y capacitó 12.093 docentes de esta región del país.
- En 2009, Mintic a través del convenio Cauca - Popayán Digital dió conectividad a centros comunales de acceso a Internet en Popayán, zonas Wi-fi públicas e infraestructura a cinco sedes educativas de cada municipio. Esta iniciativa se desarrolló gracias a la participación de las alcaldías de Popayán, Cajibío, Inzá, Morales, Piendamó y Timbío, UNE y la Cámara de Comercio del Cauca, con un convenio por \$818 millones cuyo propósito es aumentar el uso y la apropiación de las TIC en estos municipios.

Los datos son muy relevantes y quizás muestran una mejoría en cuanto a la conectividad y acceso a Internet en el departamento del Cauca, pero como se puede observar, son datos provenientes del Estado colombiano, lo que genera algún tipo de desconfianza en cuanto al aumento de algunas cifras.

Continuando con la información encontrada en la página del Mintic, sobre la conectividad en el Cauca:

- El Programa Compartel, adscrito al Ministerio de TIC en el Departamento del Cauca, aumentó la inversión de \$7.319 millones a \$99.472 millones en los últimos ocho años, lo que significó pasar de 663 a 942 puntos de telefonía rural comunitaria y aumentar de 35 a 140 centros de acceso comunitario a Internet. Adicionalmente, durante este período se conectaron 2.081 instituciones públicas de las cuales 1.916 son sedes educativas con una cobertura del 76 % del total existente, además de alcaldías, instituciones de salud, bibliotecas, juzgados, concejos municipales, sedes del ICBF, centros de gestión agroempresarial y unidades militares, entre otras.
- Con los recursos invertidos desde 2002 se han instalado a la fecha 1.070 accesos en banda ancha entre Mipymes y estratos 1, 2 y Rural, del Proyecto Ampliación de Redes de Banda Ancha ejecutado en el Departamento de Cauca.
- La estrategia Gobierno en Línea de Mintic, pasó de invertir \$369 millones en el período 2002-2006 a \$674 millones en el período 2006-2010, para un total, en los últimos ocho años de \$1.043 millones. Este programa capacitó desde 2008 a 1.757 servidores públicos en el manejo de las distintas herramientas de Gobierno en Línea. A través del portal www.contratos.gov.co se adelantaron contrataciones por valor de \$22.004, a través de 302 procesos, 26 entidades han publicado en la página y 50 instituciones se encuentran allí registradas.

Se observa entonces un incremento en inversión en TIC y conectividad en el Departamento del Cauca, contexto en el que se desarrolla y pervive la comunidad Nasa a la que pertenece el Tejido de Comunicación, cuya página se está analizando. A estos factores de inversión expuestos anteriormente, hay agregarles una serie de situaciones relevantes que de alguna manera van a ejercer algún tipo de influencia negativa: la geografía caucana, caracterizada por sus grandes porciones de espacios montañosos, los que en algún momento se pueden convertir en impedimentos para la transmisión de señales y para la conexión. Así mismo, el orden público del Cauca, considerado uno de los

más complejos y conflictivos de Colombia, se ha convertido en un factor muy negativo que ha obstaculizado procesos de conectividad y de telecomunicaciones. Es muy común que se destruyan torres de transmisión de datos y torres eléctricas, producto del terrorismo de actores armados fuera de la ley.

Queda entonces el concepto de *apropiación social*, que para Sánchez (2008), consiste en los cambios que las TIC producen para el bien social. Eso sí, aclara ella, cuando éstas se convierten en instrumentos útiles para transformar la realidad en beneficio humano, las TIC, aportan al desarrollo social.

Para Covi Druetta (2007), el concepto de apropiación se enfoca hacia el ámbito cultural e histórico, que para esta investigación es vital ya que se está estudiando un producto digital creado por una comunidad indígena milenaria, cargada de cosmovisiones y miradas. Pero sobre todo, permite considerar que la apropiación de las TIC para la comunidad Nasa se concretó en un espacio socio-histórico específico. Se comparte por ello la definición de la autora sobre el concepto de apropiación: “Reemplaza la idea piagetiana de asimilación referida a una metáfora biológica, por el de apropiación cuya dimensión se ubica en el ámbito socio-histórico y se refiere a herramientas culturales” (Covi 2007: 3).

El concepto de apropiación ha calado muy bien en las ciencias de la comunicación, al ser usado para explicar el proceso de interiorización progresiva de competencias técnicas y cognitivas de individuos y grupos que manejan cotidianamente las TIC. (Gómez 2010: 6).

En cuanto a la *apropiación de las TIC por parte de las comunidades indígenas*, para este trabajo fue muy importante conocer y reconocer algunos planteamientos emitidos por Gómez Mont (2010), los cuales permitieron un análisis más complejo e integral de la propuesta de uso de la página de la ACIN, construida por el Tejido de Comunicación; ellos son:

- Los sistemas de información y comunicación indígenas poseen características singulares que los tornan totalmente diferentes a los sistemas comerciales o públicos.

- Eminentemente flexibles, las TIC se han presentado ante los pueblos indígenas como un protocolo informativo y comunicacional que cumple con múltiples funciones: reconstruir la identidad propia, rescatar conocimientos tradicionales que están en vía de desaparición y fragmentación, escribir por primera vez las lenguas propias pero sobre todo, crear lógicas de información y comunicación realmente innovadoras donde la posibilidad de idear redes para el intercambio de conocimientos es una de las prioridades.

Como se puede detectar, los anteriores planteamientos permiten aterrizar y perfilar la visión que se tiene sobre el uso de las TIC por parte de las comunidades indígenas. En este caso, se podría empezar a inferir que la página web de la ACIN posee dinámicas de interacción, de esteticidad y narrativas diferentes a las que se proponen en páginas con otros enfoques, usos y públicos.

Otros de los postulados emitidos por Gomez Mont (2010) que aportaron al diagnóstico fueron:

- Desde la cosmovisión indígena, los medios tradicionales y nuevos medios deben de constituir un hilo conductor que va del altavoz a la telefonía celular.
- La diversidad cultural, en este ámbito, se inicia a partir de la integración de varios pueblos para la generación de mensajes y creación de productos audiovisuales e informáticos. La actividad en este rubro nunca es lucrativa y, en cambio, es colaborativa, comunitaria y desinteresada.

Por último, se resalta el siguiente planteamiento, el cual se aprovechó para conocer la relación existente entre las propuestas comunicativas desarrolladas hasta el momento por el Tejido de Comunicación:

- Los usos sociales son patrones de usos de individuos o colectivos que se muestran relativamente estabilizados. Así, por ejemplo, el uso de la radio y del vídeo comunitario

está muy generalizado en las comunidades indígenas; estas prácticas se han proyectado en la computadora o Internet, conformando una de las primeras experiencias, pero al mismo tiempo reelaborando los lenguajes clásicos a formatos digitales. Por ejemplo, la creación de radios comunitarias por Internet, la versión digital de diarios y revistas, o bien la proyección de vídeos de la comunidad en Youtube o en sus páginas comunitarias.

Comunicación para el desarrollo y el cambio social

Es importante resaltar que esta investigación se enfocó en dos dimensiones, las cuales han permitido observar de una manera más profunda y compleja lo que se quiere estudiar. Una de estas es la *comunicación digital*, con algunas de sus dinámicas más importantes, la que se abordará posteriormente, y la otra es la *comunicación comunitaria*, ya que es a una comunidad indígena a la que se le va a realizar un diagnóstico de su página web, estrategia proveniente de un enfoque más grande, pensado y estructurado para generar movimientos humanos y dinámicas sociales de cambio y de desarrollo, en donde los medios se perciben como lo que son, intermediadores de procesos. La relevancia de estas estrategias apuntarían hacia el ser humano, hacia lo político y sobre todo hacia la movilización.

Se podría afirmar entonces que el tipo de comunicación que ha venido trabajando la ACIN, desde tiempos milenarios, y que desde los años noventa ha tomado nuevos rumbos, apunta a dinámicas clasificadas dentro de las prácticas y conceptos de la *comunicación* para el desarrollo y el cambio social. Por lo anterior, se creyó conveniente profundizar en estas corrientes comunicativas que han permeado la historia de Latinoamérica y, obviamente, han influenciado de una forma contundente a esta comunidad indígena del norte del Cauca.

Se recuerda entonces, que algunos investigadores sobre el tema de la comunicación aplicada al desarrollo económico y social, coinciden en que han existido dos corrientes principales que

se han desplegado en los últimos años. Lo anterior, Gumucio lo menciona y aclara de una forma acertada:

Dos corrientes principales se distinguen durante las cinco décadas pasadas: por una parte, una comunicación inspirada en las teorías de la modernización y en técnicas derivadas de las estrategias de la información utilizadas por el gobierno de Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial y por la industria norteamericana para publicitar sus productos comerciales; por otra, una comunicación nacida de las luchas sociales anticoloniales y antidictatoriales del Tercer Mundo, que tienen su referente académico en las teorías de la dependencia (Gumucio 2011a: 19)

Para profundizar más sobre estas corrientes y para tratar de indagar en cuál de estas, se podría insertar el tipo de comunicación que está trabajando el *Téjido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida* de la ACIN, se estudiarán, a continuación los conceptos: comunicación para el desarrollo, comunicación alternativa, comunicación para el cambio social, comunicación para la potenciación y comunicación participativa.

Comunicación para el desarrollo

La práctica o corriente denominada comunicación para el desarrollo, ha transitado por toda una serie de cambios y aportes provenientes de diferentes ámbitos sociales y académicos. También, posee todo un abanico de definiciones que permiten conocer muy bien esta dinámica social comunicativa.

Una de las organizaciones internacionales que más ha trabajado este enfoque comunicacional y que más ha promovido la aplicación del mismo en comunidades latinoamericanas, es la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación –FAO, por sus iniciales en inglés–. Se considera

como una de las que más ha aportado a la construcción, promoción y consolidación en nuestro continente, de esta corriente comunicativa, desde los años setenta. La FAO, propone la siguiente definición:

Es un enfoque basado en el uso participativo de métodos e instrumentos de comunicación para facilitar el entendimiento y lograr acciones comunes para el cambio social, permite apoyar a los programas de desarrollo rural de acuerdo a las características y necesidades locales:

- Facilitando el fortalecimiento de los procesos de comunicación en la población rural, los trabajadores del desarrollo y las autoridades locales;
- Reforzando la participación de los diversos actores sociales en la definición de políticas de desarrollo;
- Integrando información para el aprendizaje social, la educación y la capacitación;
- Compartiendo nuevas ideas, conocimientos y tecnologías, y creando sinergias entre conocimiento científico y poniendo en valor el conocimiento local y tradicional;
- Permitiendo la sistematización e intercambio de experiencias entre todos los actores involucrados en las iniciativas de desarrollo;
- Motivando la implementación de medidas y acciones de intervención que respondan a sus visiones y necesidades (FAO 2010: 6).

Gumucio Dagron, considerado uno de los investigadores y académicos que más ha impulsado en Latinoamérica el movimiento de Comunicación para el Cambio Social –CCS–, comenta lo siguiente sobre el concepto: “La comunicación para el desarrollo hacía énfasis en una tecnología apropiada, que pudiera ser asumida por el campesino pobre, y planteaba además la necesidad de establecer flujos de intercambio de conocimiento e información entre las comunidades rurales

y los técnicos [...]” (Gumucio 2011a: 30). De igual forma, el mismo autor expone un aspecto sobre este tipo de interacción, muy importante para esta investigación, ya que permite reflexionar sobre el trabajo comunicativo y social, realizado desde hace muchos años, hasta la fecha, por el colectivo de comunicación de la ACIN:

La comunicación para el desarrollo, además de valorar el conocimiento local, entendía la necesidad de respetar las formas tradicionales de organización social y fortalecerlas, para contar con un interlocutor válido y representativo. Otro aspecto distintivo de la comunicación para el desarrollo es el énfasis en la capacitación en técnicas de comunicación de los agentes de cambio y la producción de materiales apropiados para el contexto cultural de cada programa (Gumucio 2011a: 30).

Por último, es el mismo autor, quien actualiza este enfoque en su texto *La comunicación para el Desarrollo en el sistema de las Naciones Unidas en Ecuador: análisis sobre los enfoques y las prácticas*. Este documento surgió de las mesas redondas sobre comunicación y desarrollo realizadas por las agencias de las Naciones Unidas, con la participación de otras organizaciones y expertos. A continuación, se puede observar el enfoque que se le ha dado a la comunicación para el desarrollo:

La comunicación para el desarrollo es un proceso social basado en el diálogo, que utiliza una amplia gama de instrumentos y métodos. Tiene que ver con buscar un cambio a distintos niveles, lo que incluye escuchar, crear confianza, compartir conocimientos y habilidades, establecer políticas, debatir y aprender a fin de lograr un cambio sostenido y significativo. No se trata de relaciones públicas o de comunicación empresarial (Consenso de Roma, Congreso Mundial para el Desarrollo) (Gumucio 2011b: 32).

Comunicación alternativa

Dentro de las consideraciones aportadas por diferentes teóricos acerca de la comunicación alternativa, la más común que se comparte, es que es el modelo menos institucionalizado de todo. Algunos, como Gumucio (2011a: 30), se atreven a afirmar que esta comunicación, ni siquiera es un modelo. El motivo: se dice que esta nació como una diversidad de experiencias dispersas por todo el mundo y años más tarde se trató de elaborar una teoría alrededor de esta.

Sobre esta dinámica comunicacional, Gómez y Galindo, comparten lo siguiente:

El campo comunicacional alternativo, como todo campo, conlleva un modo de conocimiento del mundo. Es un punto de vista fundamental que crea su objeto y principios de comprensión y explicación convenientes a dicho objeto. Ese modo de percibir el mundo es la puesta mediática en conocimiento acerca del mundo, pero según modalidades específicas:

- conciencia de subalternidad.
- posición contrahegemónica.
- objetivos educativos de formación y autoformación.
- participación horizontal, sin jerarquías.
- dialogismo.
- empoderamiento de los subalternos.
- denuncia tanto de lo invisibilizado por los sectores mediáticos hegemónicos y como de las acciones y lógicas de invisibilización.
- apertura a la confrontación. (Gómez y Galindo 2011: 7).

Gumucio Dagron (2011a: 31), comenta que las experiencias en comunicación alternativa, surgieron, la mayoría de las veces, al calor de las luchas sociales; como consecuencia de este fenómeno, la mayoría de ellas se acabaron rápidamente. El autor también menciona que en general, se trata de esfuerzos contestatarios

que buscan conquistar espacios comunicativos en sociedades represivas, socialmente paralizadas o sometidas por dinámicas de neocolonización. Es entonces en esta dimensión de comunicación alternativa que campesinos, indígenas, obreros, estudiantes, mujeres, jóvenes, mineros y otros sectores marginados de la participación política crean sus propios medios de comunicación, ya que les era imposible acceder a los medios de comunicación controlados por el Estado y por las grandes empresas mediáticas.

Para finalizar este tema de la comunicación alternativa, acudo de nuevo al investigador boliviano Gumucio Dagron, quien con su experiencia y grandes investigaciones, expone un planteamiento contundente y muy acertado sobre esta dinámica comunicativa y social, que arroja luces sobre las acciones comunicativas desarrolladas por la ACIN hasta el momento:

El aspecto fundamental en la comunicación alternativa es la *apropiación* de los medios. Esto no quiere decir –aunque hubo casos– que los medios privados fueran tomados por asalto. El sentido de “apropiación”, debe entenderse como un modo de desarrollar la capacidad propia, comunitaria y colectiva, de adoptar la comunicación y sus medios como un proceso coadyuvante de las luchas sociales. Por *apropiación* no entendemos solamente la propiedad de los medios y de la tecnología, aunque esto es sin duda central para la independencia de la comunicación alternativa. No se trata simplemente de poseer los instrumentos, una radio, un periódico o un canal de televisión; se trata, sobre todo, de apropiarse de la gestión, de la creación y del proceso comunicacional que involucra la participación comunitaria (Gumucio 2011a: 31).

Comunicación para el cambio social

La corriente denominada *comunicación para el cambio social* –CCS–, es considerada como uno de los modelos más recientes con respecto a los anteriormente mencionados (Gumucio

2011a: 31). Se podría afirmar que en los últimos años, la mirada de un buen número de investigadores se ha posado en este enfoque debido a las dinámicas sociales que ha generado y sobre todo, porque comparte con la comunicación para el desarrollo y con la CCS: “la preocupación por cultura y por las tradiciones comunitarias, el respeto hacía el conocimiento local, el diálogo horizontal entre los expertos del desarrollo y los sujetos del desarrollo” (Gumucio 2011a: 32).

Restrepo, en su texto *Comunicación para el cambio social y nuevas tecnologías de la información y la comunicación* (2011), recurre a Gumucio y Tufté (2006) con el objetivo de aclarar que en la CCS, el proceso es más significativo que los productos. En este tipo de comunicación las herramientas, los mensajes, los modelos y las técnicas, son importantes, pero es el proceso surgido y desarrollado en la comunidad al que se le da relevancia y fuerza, ya que es en este, donde surge la propuesta comunicativa.

Así mismo, Gumucio habla de ‘cinco condiciones indispensables’ que se dan en la –CCS–, son ellas resumidas:

- a) Participación comunitaria y apropiación. Participación democrática, apropiación del proceso y de los contenidos comunicacionales de una comunidad.
- b) Lengua y pertinencia cultural: un proceso de comunicación como este, debe atender las particularidades de cada cultura y de cada lengua, apoyarse en ellas para legitimarse. Para este enfoque comunicativo, el intercambio cultural entre lenguas y culturas es vital, sobre todo cuando tienen lugar en una esfera de igualdad y respeto.
- c) Generación de contenidos locales: la CCS vigoriza el saber comunitario y promueve el intercambio de conocimientos en condiciones equitativas y el aprendizaje por medio del diálogo. También, en este enfoque, es fundamental la creación de contenidos propios que rescaten el saber acumulado a través de muchas generaciones.

d) Uso de la tecnología apropiada: en la CCS, el uso de la tecnología se dimensiona teniendo en cuenta las necesidades de cada proceso comunicacional.

e) Convergencias y redes: se busca establecer un diálogo más amplio con otras experiencias similares a escalas, local, regional o global. La CCS, busca la constitución de redes, con el objetivo de consolidar los procesos sociales y el intercambio de todo tipo de experiencias (Gumucio 2011a: 33).

Todos estos planteamientos permiten entonces generar una imagen más concreta del trabajo que realiza el Tejido de Comunicación de la ACIN, ya que se podría afirmar que este colectivo ha tomado de cada uno de los modelos distintas acciones, enfoques, miradas, planteamientos y dinámicas, que ha permitido que este Tejido se consolide y estructure de una forma organizada, sobre todo que continuamente se esté adaptando al entorno y a las dinámicas que rodean a la comunidad indígena Nasa, ubicada en el norte del Cauca.

Para cerrar, Gumucio en su texto, producto de las mesas redondas organizadas por las agencias de las Naciones Unidas, expone lo siguiente sobre la CCS:

Es un proceso de diálogo público y privado a través del cual las personas definen quiénes son, cuáles son sus aspiraciones, qué es lo que necesitan y cómo pueden actuar colectivamente para alcanzar sus metas y mejorar sus vidas. La CCS apoya procesos de toma de decisión y de acción colectiva para hacer más eficientes a las comunidades, y fortalece los contextos de la comunicación (Gumucio 2011b: 6).

Comunicación para la potenciación

Este es un enfoque que, podría afirmarse, complementa a los anteriormente expuestos, proveniente también de las reflexiones generadas en las mesas redondas sobre comunicación y

desarrollo que organizan por turno las agencias de las Naciones Unidas con la participación de diferentes organizaciones y expertos procedentes de diversos contextos.

Se dice entonces que la comunicación para la potenciación (Gumucio 2011a), es un modelo que sitúa las necesidades de información y comunicación y los intereses de los grupos desprotegidos y marginados en el centro del apoyo a los medios de comunicación. De esta forma, lo que se busca es asegurar que los medios tengan la capacidad para generar y suministrar información que los grupos marginados quieren y necesitan. Igualmente, este enfoque comunicacional busca ofrecer un canal para que estos grupos puedan debatir y expresar sus perspectivas sobre los temas que más le preocupan.

Se observa entonces como este modelo está muy relacionado con las áreas de trabajo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD–, en cuanto al acceso a la información se refiere (Gumucio 2011b: 6). Lo anterior, se puede explicar ya que la comunicación para la potenciación se percibe como consciente y arraigada en un enfoque basado en los derechos humanos para el desarrollo, “que incorpora los valores básicos de la equidad y potenciación según el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y del Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos” como indica dicho autor.

Comunicación participativa para el desarrollo

Este modelo es una combinación entre estrategias comunicativas interpersonales (diálogo, participación, interacción presencial) y estrategias comunicativas generadas en los medios de comunicación, todo esto para solucionar un problema, para cumplir metas de comunidad, para impulsar acciones y actividades que buscan una solución a una problemática común (Bessette 2005).

Por su lado, Servaes y Malikhao (2007), afirman que este tipo de comunicación requiere, antes que nada, profundos cambios en las maneras de pensar de los ‘comunicadores’. Todo esto

debido a que este modelo exige del coordinador de este tipo de procesos más imaginación, preparación y mucha dedicación para alcanzar un aprendizaje a través del diálogo con los miembros de las comunidades.

Así mismo, estos autores reflexionan sobre las diferentes posturas construidas sobre este concepto y concluyen lo siguiente:

En resumen, la comunicación participativa para el cambio social ve a la gente como el núcleo del desarrollo. Desarrollo significa elevar los espíritus de una comunidad local para que esté orgullosa de su propia cultura, intelecto y medio ambiente. El desarrollo busca educar y estimular a la gente para que sea activa en los mejoramientos individuales y comunitarios manteniendo siempre una ecología balanceada. La participación auténtica, aunque muy presente y aprobada en la literatura, no es del interés de todos. Debido a su concentración local, los programas participativos de hecho no son fáciles de implementar ni altamente predecibles ni fácilmente controlables (Servaes y Malikhao 2007: 50).

Apropiación ciudadana de las TIC

Vivimos en una sociedad en la que las TIC hacen parte de todas las dinámicas de la vida cotidiana, ya que permiten nuevas formas de interacción, de expresión y de narración, generan nuevos espacios para los encuentros y las formas de estar unidos, el ser humano se interna o introduce en otros espacios, por fuera de las coordenadas tradicionales de tiempo y espacio. (García 2005).

El ciudadano tiene la posibilidad de apropiarse de las tecnologías que ofrece la cibersociedad o no. En contextos como el del Cauca y en otros lugares de Colombia, el acceso a estas posibilidades ofrecidas por las TIC es limitado y en algunos espacios muy complicado. A pesar de lo anterior

las comunidades, en algunas ocasiones ayudadas por entes gubernamentales o no gubernamentales, se han dado la forma de utilizar las TIC, en beneficio de sus procesos sociales.

Un ejemplo de algunas propuestas provenientes del gobierno colombiano para promover el uso y apropiación de las TIC en todos los espacios ciudadanos y comunitarios, se puede encontrar en el 'Plan Nacional de TIC 2008-2019', elaborado por el Ministerio de Comunicaciones en el 2008. En este se puede observar cómo el gobierno nacional, al menos en palabras, busca la disminución de brechas sociales y digitales en nuestro país, y entre este y otros países.

En uno de los apartes de la introducción del documento mencionado en el párrafo anterior, se plantea una idea muy interesante que vale la pena resaltar y que sirve mucho para este punto:

El desarrollo de las TIC ha desencadenado un cambio estructural en lo productivo y en lo social en las sociedades modernas. Y no es para menos, porque su uso ha implicado una revolución que ha transformado la forma como se produce, divulga y utiliza la información en la sociedad. El uso de estas tecnologías ha cambiado las costumbres sociales y la forma cómo interactúan las personas. Las TIC han mejorado las oportunidades para grandes grupos de la población tradicionalmente excluidos, con lo cual, se ha aumentado la movilidad dentro de la sociedad. (Ministerio de Comunicaciones de Colombia 2008: 5).

Los pueblos indígenas y las TIC

Los pueblos indígenas, como muchas de las comunidades que hacen parte de esta tierra y de esta época, no han sido ajenos a los cambios producidos en los medios de comunicación a través de la historia. Muchas de estas comunidades, han incursionado en diferentes propuestas y estrategias comunicativas, cada una con

modelos distintos, o recurrieron a la combinación de los modelos comunicativos mencionados anteriormente: comunicación participativa, comunicación alternativa, comunicación para el desarrollo, comunicación para la potenciación y la comunicación para el cambio social.

Para este trabajo, resulta indispensable el análisis de las nuevas prácticas sociales y de los nuevos espacios de convivencia que se están generando por el uso de las TIC que precisan, desde la investigación, un enfoque completamente diferente al de la comunicación de masas.

En una sociedad dinamizada, construida, desarrollada y estructurada por las TIC, los pueblos indígenas continúan reafirmando con mucha fuerza sus culturas, sus cosmovisiones y sus creencias, muchas de estas sumergidas en los contextos sociales de la actualidad, de los que terminan obviamente haciendo parte.

Los indígenas y sus cosmogonías ancestralmente aceptadas y compartidas por los integrantes de cada cultura, se relacionan con un mundo cada vez más globalizante, el cual ha impactado en la vida sociocultural de los grupos étnicos, a través de diversas maneras, entre ellas, el uso de las Tecnologías de Información y Conocimiento (TICs) [sic], que a pesar de la “brecha digital” (otra forma de exclusión) entre la sociedad de la información y la población indígena caracterizada por escasos recursos económicos y tecnológicos, les ha permitido defender sus culturas y la libertad de expresión en el ciberespacio, al involucrarse en el manejo de la información y el acceso a ésta como parte de una nueva generación de derechos humanos. (Sandoval y Mota 2006: 3)

Es importante destacar también que en eventos internacionales relacionados con las TIC, la Sociedad de la Información y del Conocimiento como representantes de las poblaciones

indígenas provenientes de diferentes países, han fijado sus posiciones con respecto a temáticas como: la inclusión social, la brecha digital, la libertad de expresión, el respeto por la identidad ancestral y otros asuntos.

También, las comunidades indígenas han venido esbozando en diferentes eventos internacionales la necesidad de contar con su propio territorio en el ciberespacio mediante el uso de las TIC. La acción anteriormente mencionada, les permitiría fortalecer acciones democráticas tanto al interior de sus pueblos como con el resto de la sociedad. “Luchan por ser parte de la sociedad de la información con base en sus derechos colectivos y a partir de la búsqueda de la justicia social con democracia a partir de criterios de autonomía étnica”, como opinan Sandoval y Mota (2006: 23).

Para ambos, las páginas web de los indígenas son mecanismos primordiales para su presencia en el contexto nacional e internacional, “no sólo para ser conocidos y reconocidos como tales, sino también para exponer sus pensamientos, sus culturas y cosmogonías dentro de la trayectoria del diálogo intercultural entre iguales” (Sandoval y Mota 2006: 23).

De igual forma, estos investigadores exponen un planteamiento muy relevante respecto al uso de la página web de la ACIN, que aporta muchísimo a lo que quiere indagar e interpretar este trabajo:

Las nuevas tecnologías presentan oportunidades para la conservación y desarrollo cultural y lingüístico de los pueblos indígenas, pero con seguridad, también les sirve para incursionar en satisfactores de tipo material, y de participación en la cotidianidad social, cultural y política de sus comunidades con impactos significativos en la educación, la salud y, en general, en la calidad de vida (Sandoval y Mota 2006:21).

Por último, Gómez (2010: 14) comenta lo siguiente sobre esta cuestión:

Erróneamente se piensa que los pueblos indígenas no son capaces de comprender los usos de las TIC porque no cuentan con recursos económicos y tecnológicos abundantes y modernos. Sin embargo, al analizar las modalidades de la apropiación tecnológica desarrolladas por ellos, no son tan esenciales como la iniciativa de crear y distribuir informaciones a partir de una lógica comunitaria distribuida en redes. Esta comunicación reticular ha logrado hacer supervivir sus conocimientos a pesar de 500 años de colonización.

Derechos de las minorías indígenas

Por las características de este trabajo y teniendo en cuenta que se va a trabajar con la comunidad indígena Nasa, ubicada en su mayoría en el norte del Cauca, se hace necesario tocar esta temática, ya que por todos es conocido que a los indígenas de Colombia y de todo el mundo les ha tocado exigir desde hace muchísimos años sus derechos y su reconocimiento. Igualmente, es clave mencionar que los miembros de la ACIN, se han visto enfrentados a casos graves de violación de los derechos humanos, lo que ha motivado que gran parte de los contenidos, dinámicas, estrategias y de los procesos generados por el Tejido se enfoquen hacia la visibilización de los derechos de los Nasa, a pesar del orden público y de las amenazas recibidas por los actores armados ubicados en el Cauca.

En este punto, es vital mencionar que existe la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, adoptada en Nueva York el 13 de septiembre de 2007, durante una sesión de la Asamblea General de las Naciones Unidas. Resultado de un prolongado y arduo trabajo a través de los tiempos de las naciones, nacionalidades y pueblos indígenas alrededor del mundo por defender sus territorios y culturas ante enfoques colonialistas, la imposición

de culturas, la explotación laboral y la manipulación de sus conocimientos. De igual forma, con esta declaración también se busca proteger a estas comunidades de la pretensión de los Estados por apoderarse de los recursos naturales que se hallan en sus territorios.

Esta declaración se ha nutrido y fundamentado en las demandas por el reconocimiento de sus derechos culturales, territoriales y humanos que fueron desconocidos histórica y sistemáticamente por los Estados en sus constituciones, leyes y tratados acordados con los pueblos originarios.

Es obvio que como otras comunidades, también desfavorecidas, los pueblos indígenas igualmente requerían de un marco de derechos que respondan a sus realidades y problemáticas particulares. De ahí que, desde hace muchos años, el proceso de fortalecimiento y articulación entre los pueblos indígenas del mundo ha sido en torno a la demanda del reconocimiento de sus derechos específicos por parte de los Estados.

En este proceso de obtener el reconocimiento y los derechos de los pueblos indígenas, estas comunidades se decidieron por estrategias de presión e incidencia política ante la ONU.

Más o menos desde los años 1920, cuando representantes de los pueblos indígenas norteamericanos, de Nueva Zelanda y otros países defendieron los derechos de sus pueblos ante la entonces Sociedad de Naciones, el precursor de la ONU. Finalmente, en 1982 el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas estableció el Grupo de Trabajo sobre Poblaciones Indígenas con el propósito de promover los derechos humanos de los pueblos indígenas y en 1985 empezó los primeros pasos del proyecto para redactar la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas que fue aprobada en la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre de 2007. (CONAIE *et al.* 2010: 2).

Para este trabajo, es de vital importancia conocer esta declaración ya que esta normatividad mundial es la que supuestamente debería amparar a la comunidad de la que se va a estudiar la página web. Es primordial entonces, definir muy bien qué es la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas –DRIPS–:

Es una Declaración legal de la Asamblea General de Naciones Unidas –donde se reúnen todos los Estados del mundo– que contiene los derechos humanos colectivos e individuales de los pueblos indígenas, considerados como los mínimos indispensables que deben poseer los pueblos indígenas (artículo 43 de la Declaración), y que además están reconocidos en otros instrumentos internacionales de derechos humanos. Por lo tanto, es también un instrumento jurídico de garantía y defensa de los derechos humanos de los pueblos indígenas muy importante. Es decir, es una Declaración que contiene los derechos básicos de los pueblos indígenas, derechos que todos los Estados deberán reconocer y respetar y, a partir de la cual, seguir avanzando en la protección de estos derechos, como afirma el Artículo 43 de la misma Declaración: “Los derechos reconocidos en la presente Declaración constituyen las normas mínimas para la supervivencia, la dignidad y el bienestar de los pueblos indígenas del mundo”. (ONU, 2007)

Por último, es importante comentar que Colombia se abstuvo de votar esta Declaración, junto con Azerbaiyán, Bangladesh, Bután, Burundi, Georgia, Kenia, Nigeria, la Federación Rusa, Samoa, y Ucrania. Los argumentos expresados para tomar esta trascendente decisión se enfocan en que algunas disposiciones contradicen el orden jurídico y los poderes del Estado colombiano. A pesar que este tratado no es un documento vinculante para los Estados, ya que no es un tratado internacional, “se ubica en un rango de Declaración, lo cual

lo reviste de un valor político, ético y moral importante para todos los países miembros de las Naciones Unidas, pero no genera obligaciones jurídicas directas” (CONAIE *et al.* 2010: 4).

Otros derechos de los pueblos indígenas en Colombia. A continuación se enlistan algunas fuentes jurídicas del derecho indígena en Colombia (Olsen 2008):

- Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo, OIT. Incorporado en la Constitución de 1991.
- Constitución de 1991, donde se declara que Colombia es un Estado Multiétnico.
- Marcos legales internacionales y nacionales que consagran una serie de Derechos Fundamentales de los pueblos indígenas: Derecho a la igualdad y el principio de la no discriminación; El derecho a la identidad e integridad cultural; El derecho a la tierra, al territorio, a los recursos naturales y al medio ambiente; El derecho a la participación; El derecho a decidir sus propias prioridades y estrategias para el desarrollo.
- Artículo 7 de la Constitución Nacional (CN). El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación colombiana.
- Artículo 246 de la CN Las autoridades de los pueblos indígenas podrán ejercer funciones jurisdiccionales dentro de su ámbito territorial, de conformidad con sus propias normas y procedimientos, siempre que no sean contrarios a la Constitución y leyes de la República. La ley establecerá las formas de coordinación de esta jurisdicción especial con el sistema judicial nacional.
- Artículo 171 de la CN El Senado de la República estará integrado por ochenta y tres (83) senadores, elegidos siguiente manera: setenta ocho (78) elegidos, en circunscripción nacional, dos (2) nacional especial comunidades indígenas, (3) minorías políticas. Parágrafo.

En el caso de un territorio indígena que comprenda el territorio de dos o más departamentos, su administración se hará por los consejos indígenas en coordinación con los gobernadores de los respectivos departamentos. En caso de que este territorio decida constituirse como entidad territorial, se hará con el cumplimiento de los requisitos establecidos en el inciso primero de este artículo.

- Artículo 330 de la CN De conformidad con la Constitución y las leyes, los territorios indígenas estarán gobernados por concejos conformados y reglamentados según los usos y costumbres de sus comunidades y ejercerán las siguientes funciones: Velar por la aplicación de las normas legales sobre usos del suelo y poblamiento de sus territorios ; Diseñar las políticas y los planes y programas de desarrollo económico y social dentro de su territorio, en armonía con el Plan Nacional de Desarrollo; Proveer las inversiones públicas en sus territorios y velar por su debida ejecución; Percibir y distribuir sus recursos. Velar por la preservación de los recursos naturales; Coordinar los programas y proyectos promovidos por las diferentes comunidades en su territorio; Colaborar con el mantenimiento del orden público dentro de su territorio de acuerdo con las instrucciones y disposiciones del Gobierno Nacional. Representar a los territorios ante el Gobierno Nacional y las demás entidades a las cuales se integren; y Las que les señale la Constitución y la ley. Parágrafo. La explotación de los recursos naturales en los territorios indígenas se hará sin desmedro de la integridad cultural, social y económica de las comunidades indígenas. En las decisiones que se adopten respecto de dicha explotación, el Gobierno propiciará la participación de los representantes de las respectivas comunidades.²

2 Para mayor información sobre el marco teórico y referencial, se recomienda la obra de Olsen, Vemund (ed.) (2008). *Marco legal para los derechos de los pueblos indígenas en Colombia*.

Políticas públicas de los pueblos indígenas en Colombia

Para esta investigación es trascendente conocer la formulación de la Política Pública de Estado de los pueblos indígenas, ya que permite conocer áreas que hacen parte del devenir de una comunidad y de las dinámicas de estos pueblos. Es válido aclarar que no se va a entrar en discusiones sobre la aplicación o no de estas políticas, ya que este no es el enfoque de este trabajo, lo que se quiere es tener una idea concreta de los compromisos que ha asumido el Gobierno nacional y las organizaciones indígenas en cuanto al tema del plan de desarrollo que debe tener una nación y en este caso una comunidad.

Como resultado del proceso iniciado en noviembre de 2006, con la participación de las organizaciones indígenas nacionales (Organización Nacional Indígena de Colombia –ONIC–, Organización Nacional de los Pueblos Indígenas de la Amazonia Colombiana –OPIAC–, Autoridades Indígenas de Colombia –AICO–, Confederación Indígena Tayrona –CIT–) que hacen parte de la Mesa Permanente de Concertación, el Ministerio del Interior y de Justicia elaboró un documento en el cual se recogen los ejes problemáticos y las líneas de acción con el propósito de concretar dicha política. A continuación, se exponen los ejes estratégicos con sus respectivas problemáticas (Departamento Nacional de Planeación –DNP– 2010: 38):

- Territorio: en este eje se establecen las siguientes problemáticas como pérdida del territorio ancestral y deterioro ambiental.
- Derechos humanos y crisis humanitaria: confrontación armada y narcotráfico, violación de los derechos humanos y crisis humanitaria.
- Autonomía: planes de vida; autonomía y gobierno propio y jurisdicción especial indígena.

- Política pública: consulta previa, población indígena y censo 2005, salud, vivienda, saneamiento básico e indígenas urbanos.
- Pervivencia e integridad: soberanía alimentaria y megaproyectos.

La Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca –ACIN–, apropiación y uso de Internet

En este punto se hace necesario recurrir a Almendra, comunicadora social, investigadora, indígena de la comunidad Nasa y antigua colaboradora del Tejido de Comunicación de la ACIN. Ella se ha encargado de sistematizar y de interpretar a través de los años cómo ha sido la incursión de esta asociación en los medios de comunicación y en las TIC.

Según esta autora (2009), la ACIN fue una de las primeras organizaciones indígenas en nuestro país que hizo uso de las TIC. La historia se remonta a mediados del 2001, con el uso de un telecentro, el cual se creó y se implementó en un proyecto denominado Inforcauca. Comenta la investigadora que por muchos años se experimentó en modelos comunicativos para apoyar las prácticas de los programas de la ACIN y de los cabildos, se buscaron también nuevas alternativas para vigorizar los procesos desarrollados por la comunidad y sobre todo, para fortalecer la comunicación externa de esta asociación.

Hubo un evento en el que, según la investigadora, se combinaron todas las formas de comunicación hacia dentro y hacia fuera (según Almendra en 600 países del mundo se observó todo el evento). El evento al que se hace referencia es el Congreso Indígena y Popular, que se realizó en la ciudad de Cali en el 2004, el cual contó con una movilización indígena: “Desde ese entonces, se vienen implementado las TIC como una herramienta útil para visibilizar la agresión y la situación actual que viven las comunidades, las apuestas políticas del movimiento indígena, y para establecer solidaridad recíproca entre los pueblos y procesos sociales y populares” (Almendra 2009: 45).

Lo que se comenta a continuación, es un planteamiento clave para comprender el enfoque que le da la comunidad indígena Nasa al uso de las tecnologías. Permite también que la investigación centrara su mirada hacia la pertinencia que le da esta comunidad a las TIC. De igual forma, se puede empezar a vislumbrar la combinación de enfoques comunicativos y estrategias de este tipo que se han construido a través del tiempo en esta comunidad, todas siempre buscando la pervivencia y el desarrollo de los Nasa y de las poblaciones indígenas, no sólo en el Cauca, sino en Colombia y en el mundo entero.

El planteamiento al que se hace referencia al principio del anterior párrafo es el siguiente:

Así, la comunidad Nasa percibe las TIC como un medio y no como un fin. Es una herramienta usada estratégicamente para acompañar sus procesos organizativos, sociales y populares. Ellos saben que si el medio se usa para alcanzar grandes objetivos, que incluyen la visibilidad y la solidaridad internacional en beneficio de la comunidad, es valioso, pero si se usa para entretener y hacer lo mismo que los medios masivos, no sirve. La responsabilidad está en la claridad política y la consciencia comunitaria que tienen quienes hacen uso de éstas, y de la forma como la orienten en las comunidades. Esto lo saben y, por eso, en un principio fueron reacios a utilizar la Internet, porque entienden que la comunicación en la Globalización se encuentra bajo el orden comunicacional imperante, cada vez más concentrado y mercantilizado, que no sólo pretende anular en todos los medios el sentido público de la información y comunicación, a nombre de la rentabilidad, sino también el paradigma de ciudadano(a), para dejar el camino libre al consumidor(a). (Almendra 2009: 45).

Sobre el uso de Internet en la comunidad Nasa, Almendra comenta también algo muy trascendental para tomarlo como referencia en el diagnóstico que se realizará a la página web de

la ACIN, ya que esto permite observar si las estrategias expuestas en la página están cumpliendo o no con su intención, que según lo que plantea la investigadora, es de visibilización, información y de reflexión sobre el proceso político-organizativo de esta comunidad:

En esta medida, la Internet como ventana al mundo exterior desempeña un papel fundamental como herramienta que facilita la visibilización nacional e internacional a través de la web de la ACIN (www.nasaacin.org), donde se da a conocer la agresión constante al pueblo Nasa, a los pueblos indígenas en Colombia y de América Latina, y a los movimientos sociales y populares de resistencia pacífica. También informa y reflexiona sobre el proceso político organizativo que estos movimientos adelantan en defensa de la vida y el territorio para la construcción de alternativas (Almendra 2009: 46).

La Internet, en este caso, se percibe como una herramienta vital para fortalecer procesos de comunicación al interior y exterior de la comunidad Nasa. El *Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida*, ha sido desde el 2004, como se mencionó anteriormente, el protagonista de la construcción y deconstrucción constante de propuestas comunicativas, todas siempre acordes a pensamientos ancestrales y también, coherentes con los avances que provee la sociedad de la información y del conocimiento:

Con el uso de Internet, los indígenas Nasa son más visibles y su palabra es escuchada en muchas partes de Colombia y del mundo, porque ellos comparten su palabra en la perspectiva de apoyarse mutuamente para resistir y para promover la construcción recíproca de alternativas en minga con otros pueblos y procesos. Además de resistir y sobrevivir en el territorio y con la Madre Tierra gracias a darse a conocer, convocar y denunciar, vienen aprendiendo en este intercambio que les permite analizar y comprender el contexto nacional

e internacional para ubicar el *Plan de Vida* en este entorno del planeta tierra, de los pueblos en resistencia por la defensa de la vida y de sus dinámicas. (Almendra 2009: 46).

El Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida de la ACIN

La fuente primaria de donde se puede extraer la información sobre qué es el Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida, es la misma página web a la que se le está haciendo el diagnóstico. En esta se puede observar de forma detallada en qué consiste este colectivo y el porqué de su propuesta comunicativa, que para este trabajo se centró en la página web:

Los antecedentes

El Tejido de Comunicación nace en 2005, recogiendo la experiencia e iniciativas de comunicación en la zona y asumiendo el mandato indígena y popular. Al organizarse la ACIN en tejidos queda comunicación como uno de las cinco áreas de trabajo en la comunidad. En una primera parte se centra en definir qué es el Tejido y cuál es su papel en la comunidad. Al tiempo se da el acompañamiento en acciones del proceso. En la segunda parte se hace un esfuerzo por 'crear' el tejido a través de la unificación de sus áreas lo que conllevó a, entre otras cosas, la búsqueda de recursos de financiación y autofinanciación. El Tejido tiene unas áreas y unos componentes de desempeño.

El enfoque que tienen los miembros del Tejido

Aquí la atención no se centra en los medios tecnológicos, que no desconocemos y que por el contrario acogemos, sino en la fuerza y la riqueza de los saberes culturales, de los sentidos comunitarios, los rituales y los diversos eventos en los que se expresa la alegría de vivir y desde donde nace la resistencia para seguir viviendo. Por lo tanto, articulamos tanto

medios (radio, Internet, impresos, video) como formas de comunicación comunitarias (asamblea, minga, etc.) que nos permiten hacer un trabajo complementario para informarnos, reflexionar, debatir, proponer y tomar decisiones en un ejercicio de democracia y autonomía.

Los miembros del colectivo de comunicación de la ACIN, como se puede observar, poseen unos objetivos muy claros y definidos; algunos muy de la mano con los modelos de comunicación expuestos en puntos anteriores:

- Preservar y fortalecer los espacios y mecanismos de comunicación dentro del territorio, combinando diversos medios y estrategias de acuerdo con una planeación constante que responda a las necesidades y demandas del contexto.
- Estructurar instancias y mecanismos prácticos, fluidos, sostenibles y viables de comunicación entre los ámbitos locales, zonales y externos, estableciendo una base inicial sólida como sustento de un proceso gradual y progresivo, que permita resistir, fortalecer el *Plan de Vida* y movilizar la Solidaridad Recíproca.
- Movilizar recursos para la formación de un equipo de comunicación con amplia participación de las comunidades y de todos los niveles e instancias del proceso, la dotación física gradual y el funcionamiento permanente y sostenible del Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida.

En los mecanismos que proponen para trabajar, también se puede detallar que tienen un enfoque hacia la comunicación para el desarrollo. Como se mencionó anteriormente, toda esta mirada es producto de muchos años de trabajo y de combinación de diferentes experiencias comunicativas, hasta llegar a lo que desarrollan hoy.

- Fortalecer los medios propios de comunicación, en el contexto del proceso indígena y popular de Colombia y Latinoamérica.
- Establecer un centro de comunicación, dotado y con asiento en la sede de Radio Pa'yumat.
- Conformar y activar un equipo de trabajo representativo de la comunidad en género y número, con capacidad de planeación y gestión, financiado y capacitado en manejo de información y producción de materiales comunicativos, para sacar adelante la propuesta de manera gradual por fases, para que se consolide el Tejido de Comunicación y fluya la misma entre los diversos ámbitos de acuerdo con las prioridades del *Plan de Vida*.
- Dotar a las emisoras comunitarias y cada cabildo de los instrumentos necesarios para que circule la información hacia el centro de comunicación y hacia el cabildo.
- Diseñar una estrategia y un plan de funcionamiento del equipo y del centro en la dinámica del manejo de la información y producción de materiales.
- Desarrollar acciones comunicativas en articulación con contrapartes externas en aspectos relacionados con dotación, capacitación, proyectos, intercambios e iniciativas concretas.

El *Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida*, también construyó una serie de principios que se han convertido en una guía y en un imperativo que los miembros de este colectivo procurarán respetar y seguir.

- Hacer lo posible: avanzar de manera gradual hacia objetivos y en etapas viables.
- Aprender haciendo: desarrollar capacidades y habilidades desde lo operativo.

- Incorporar la acción comunicativa al quehacer normal de la organización para enriquecerla sin recargarla. Aprovechar y fortalecer las capacidades existentes, enriqueciendo el trabajo de personas y equipos con contenidos que no agregan otras actividades a quienes tienen ocupaciones y responsabilidades diversas.
- Planificar, diseñar y gestionar desde la práctica de manera gradual, de modo que se avance por fases durante las que se planifica y se pone en marcha la fase siguiente.

Por último, se describe a continuación la metodología que se sigue, la cual como se puede observar, también es construida y percibida desde sus cosmovisiones ancestrales, lo que le imprime mayor arraigo, pertenencia y entendimiento:

El Proceso: Red de Comunicación para la Verdad y la Vida. En términos concretos, nuestra propuesta pone de manifiesto la necesidad y la voluntad de unificar los esfuerzos y orientarlos a los fines mencionados. La propuesta es una parte, un componente de un trabajo más amplio: el *Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida*. Fundamentalmente, entendemos el Tejido como un paso adelante en un proceso en curso, que se propone facilitar la activación y la acción permanente de una red de comunicación compuesta por *nudos* (o nodos), *bilos* y *buecos*.

1. Los nudos son equipos y actividades en ámbitos geográficos o colectivos, definidos tanto dentro del territorio en los diversos espacios de los resguardos (profesores, guardia indígena, promotores de salud y ambientales, comunicadores, autoridades locales, etc.), como con contrapartes externas tales como procesos indígenas y populares, y organizaciones y personas dedicadas a la comunicación que compartan objetivos comunes con el proceso. El Centro de Comunicación Zonal es a la vez un nudo y un centro de intercambio y encuentro entre estos,

cuya función prioritaria es alimentarlos y alimentarse de los procesos y contenidos comunicativos.

2. Los hilos son los mecanismos y estrategias que enlazan a los diferentes nudos de manera que 'tocar un nudo haga vibrar a toda la red' (medios tradicionales como visitas, asambleas, mingas, etc. y medios apropiados como los electrónicos, la radio, los impresos, los video-foros, etc.) Son diversos mecanismos de intercambio y comunicación permanente entre nudos.

3. Los huecos representan la tarea de selección de prioridades y traducción, interpretación y priorización temática para el desarrollo de la red. Se trata de aprender a priorizar en red y actuar conjuntamente sobre temas de interés común. Simbólicamente, si los huecos son muy grandes, se pasan asuntos críticos sin ser reconocidos o abordados. Si son muy pequeños, se sobrecarga la red con una mezcla de temas prioritarios y de asuntos menores que no merecen atención colectiva. Los huecos simbolizan la capacidad de aprender en el trabajo a reconocer y actuar de manera oportuna y apropiada sobre prioridades de manera colectiva, utilizando los medios más apropiados de la forma más eficiente y viable.³

Aspectos de comunicación digital

Web 2.0 y sus herramientas

Se podría afirmar que esta es una fase por la que está transitando la web, unas características muy importantes que moldean las diferentes formas de comunicación electrónica que usa el ser

3 Tejido comunicación y relaciones externas para la verdad y la vida. Disponible en: www.nasaacin.org/sobre-nosotros2013/estructura-cxhab-wala-kiwe/54-comunicacion-y-relaciones-externas/60-tejido (Acceso 31/ 01/ 2013).

humano en diferentes contextos. Las estrategias comunicativas actuales del Tejido de Comunicación de la ACIN, usadas en la página web de este colectivo, obviamente también se han visto influenciadas por esta etapa evolutiva de la red, de ahí la importancia de trabajar esta temática para este trabajo.

Para Marques (2007 en Costa y Piñeiro 2012: 1459), la web 2.0 “es un nuevo concepto de web que democratiza las herramientas de acceso a la información y tratamiento de contenidos”. Por su lado, Castaño, citado por los mismos autores, aporta una reflexión muy interesante sobre los cambios que ha sufrido esta plataforma, cuando mutó de web 1.0 a web 2.0:

El traspaso de la web 1.0 a la 2.0 ha supuesto un cambio de un paradigma caracterizado por unos contenidos estáticos, escasa interactividad, cuya complejidad tecnológica relegaba a la mayoría de usuarios al rol de lectores; a una web dinámica, en constante actualización, con aplicaciones simples e intuitivas que favorece la aparición de plataformas colaborativas u otras formas de información creada por el usuario, con posibilidades de interacción (Castaño en Costa y Piñeiro 2012: 1459).

Igualmente, Costa i Pujol (2009) comparte el siguiente enfoque sobre esta plataforma tecnológica: “es un término, acuñado en 2004, para definir un conjunto de tecnologías y aplicaciones avanzadas como son los blogs, los wikis, la tecnología RSS, los ‘mashups’ y las redes sociales, entre otras”.

Ahora bien, para esta investigación, es vital no sólo conocer un poco sobre la web 2.0, también es muy importante indagar sobre sus características ya que, como se ha venido insistiendo, la página web de la ACIN está inmersa, mediada, influenciada y completamente articulada en una dinámica comunicacional digital cuya plataforma, sostén y tendencia proviene de ella.

Para conocer las principales características de esta plataforma se acudió a lo planteado por Lia y Turban (2008 en Costa i Pujol 2009):

- Contenido creado por el usuario (autopublicación).
- La capacidad de facilitar la inteligencia colectiva de los usuarios. Cuantos más usuarios contribuyen, más popular y valioso se vuelve el sitio web 2.0.
- Comunicación única y entorno colaborativo.
- Los datos en la web 2.0 pueden ser combinados (*mashed up*) a través de interfaces web-service.
- La presencia de técnicas y herramientas de programación ligeras, facilita que muchos usuarios puedan actuar como desarrolladores (como por ejemplo, con los wikis, blogs, RSS y podcasts).
- La virtual eliminación del ciclo de actualización del software implica que todo esté, perpetuamente, en 'beta' o en progreso y permite un prototipado rápido usando la web como plataforma.
- Intercambio único de contenido con todo el 'media' (audio, video, etc.)
- Las redes actúan como plataformas en la distribución y uso de aplicaciones a través de un navegador.
- Arquitectura *open source* que permite la conectividad simple de los recursos computacionales.
- Los usuarios son propietarios de los datos en el sitio web y ejercen el control sobre estos.
- Una arquitectura de participación y democracia digital, anima a los usuarios a añadir valor a la aplicación a la vez que se usa.
- Se crean nuevos modelos.
- Se da un mayor énfasis a las redes sociales.

- Uso de interfaces con mayor interacción y más amigables, basadas en Ajax o frameworks similares, constituyendo técnicas de desarrollo para la creación de aplicaciones web interactivas.

A continuación, se exponen las principales herramientas de la web 2.0 con una breve descripción.

Redes Sociales. Son las estructuras de interacción que identifican y que han potenciado a la web 2.0, igualmente, se consideran una “herramienta base para la construcción de opinión en el entorno digital” (Cabrera en Costa y Piñeiro 2012: 1460). Es importante compartir una definición de redes sociales, para complementar lo expuesto anteriormente:

Conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos, que configuran espacios de convivencia y conectividad definidos por medio de una serie de intercambios de carácter dinámico entre los sujetos que la forman (Cristakis y Fowler en Costa y Piñeiro 2012: 1460).

Wikis. Las wikis se consideran como una forma de colaboración en línea y de publicación de información, definiciones y conceptos en la web 2.0.

Una de las principales ventajas de las wikis es que son fáciles de usar (no requiere de conocimientos técnicos) y administrar, lo que facilita enormemente, su uso por parte de los usuarios. Los autores pueden monitorizar los cambios sobre el contenido, así como gestionar versiones de los documentos (Costa, Sallan y Fernández 2009: 7).

Blogs. Son páginas web personales, ya que la producción y administración de un sitio como este principalmente es individual. Para Costa “un blog (o weblog) es una web con el contenido agrupado en posts (artículos) y organizado de manera cronológica” (2009: 25).

Microblogs. Como su mismo nombre lo dice, es la posibilidad que tienen los usuarios de la web 2.0 de enviar y publicar mensajes breves (no exceden los 140 caracteres), la mayoría de las veces de sólo texto.

RSS. Costa expone lo siguiente sobre este término: “RSS (Really Simple Syndication) es una implementación del lenguaje XML, que permite que las diferentes fuentes de información proporcionen ‘metadatos enriquecidos’ de su contenido para que pueda ser capturado y catalogado a través de lectores o agregadores RSS” (2009: 26).

Se pueden ubicar algunos de los usos de esta tecnología: seguimiento de eventos en directo, la retransmisión de charlas y de ponencias, intercambio de opiniones durante un evento, debates o comentarios sobre diversos temas.

Podcast y Videocast. Piñeiro (2011: 29) considera que:

[...] la distribución de contenidos sonoros a través de Internet mediante un proceso automático denominado sindicación web. La clave de este sistema es la incorporación del archivo de audio adjunto en un ‘feed’- con un determinado formato de sindicación” (Sellas 2009: 177). En función de esta definición los podcast constituyen archivos de audio distribuidos “mediante ‘podcasting’” o una serie de episodios sonoros distribuidos de forma periódica en un mismo “feed”.

Los videocast son archivos de vídeo, ya no de audio, que también son distribuidos y ubicados en diferentes plataformas en la web.

Webconference o conferencias web. Son una forma de comunicación electrónica, que se desarrolla de forma síncrona, que busca facilitar el intercambio y presentación de contenidos, también aporta mucho al trabajo colaborativo. Para Costa(2009: 27):

Son reuniones 'virtuales' a través de Internet cuyos participantes trabajan en distintas ubicaciones físicas. La sala de reuniones real se sustituye por el escritorio del ordenador del anfitrión de la reunión (la persona que la ha organizado). Cada participante se sienta ante su propio ordenador, donde puede ver todo lo que el presentador va mostrando en su pantalla (función de 'desktop sharing' o escritorio compartido).

Durante la reunión en línea, el anfitrión puede ceder el papel de presentador a cualquiera de los demás participantes. En esencia, las conferencias web poseen características similares a las reuniones 'en persona', porque permiten que los asistentes interactúen entre sí (principio de comunicación 'de muchos a muchos').

Factores esenciales del producto digital

Nos encontramos en una evolución constante, lo que implica cambios en todas las dinámicas del ser humano, la mayoría de estas, generadas e impulsadas por las TIC. Las formas de comunicar entonces, también han sido moldeadas por esa inmensa fuerza tecnológica, hasta el punto que muchas de las maneras de contar, informar, comunicar, narrar, exponer y opinar, han tenido que cambiar sus estructuras y características.

Un producto informativo digital como la página web de la ACIN, posee una estructura y una forma mediada por una cosmovisión y una cultura indígena, pero también influenciada por lo que se propone narrativamente en la web 2.0, que bien vale la pena su diagnóstico, de ahí la importancia de conocer de forma detallada cuáles son los factores principales de un producto como este, para adquirir las herramientas necesarias de su análisis.

Sin duda nos encontramos ante un nuevo paradigma, en el cual, el protagonista ya no es el que emite, ahora es el que consume y produce. Esto implica entonces que lo generado en la web se acomode a estas estructuras narrativas para que el

mensaje llegue en la forma más eficaz y efectiva posible, ya que nuestros receptores, antes con unas altas dosis de pasividad, ahora son completamente activos e interactivos.

Es necesario entonces, para proceder con el diagnóstico, conocer los factores principales de un producto digital, los que se planean, se organizan, se modifican y se controlan en todos los productos digitales. Los factores que se trabajaran en este punto son: Usabilidad, Accesibilidad, Visualización, Interfaz, Arquitectura y Navegabilidad, Facilidad de Aprendizaje, Comodidad y Flexibilidad, Frecuencia, Funcionalidad, Interacción e Interactividad.

Usabilidad Este es un término relativamente nuevo, algunos investigadores coinciden en que se empezó a proponer en la década de los noventa. Para Nielsen (en Fontela s.f: 639) es el grado de efectividad de la interacción entre operadores y sus máquinas. También la define como “el atributo de calidad que mide lo fáciles que son de usar las interfaces web” (en Londoño 2012). Por su lado:

[...] algo que funciona bien: significa que una persona de capacidad y aptitudes medias (o incluso por debajo de la media) pueda usar algo, tanto si es un sitio web, un mando a distancia, o una puerta giratoria, para lo que se supone que sirve, sin frustrarse mientras lo hace (Krug en Fontela s.f: 62)

Se afirma también que la usabilidad es un anglicismo que apareció hace algunos años, como se dijo anteriormente, que significa ‘facilidad de uso’ y según Began (en Carvajal y Saab 2010), su origen se remonta a los años 80 para sustituir el término “amigable para el usuario” cuya connotación en ese entonces había adquirido un carácter subjetivo.

Es claro que existen múltiples conceptos de usabilidad propuestos por algunos autores, los cuales han surgido desde los diversos atributos y partiendo de estos, la usabilidad puede ser evaluada, es así como se recurrió a otra definición proveniente de la *International Organization for Standardization* –ISO–

9241-11 (en Santamaría 2011), que afirma lo siguiente: “Es el grado en que un producto puede ser usado por determinados usuarios para lograr sus propósitos con eficacia, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso específico”.

Sobre la definición anterior, emitida por la ISO 9241-11, Carvajal y Saab (2010) enfatizan en los términos *eficacia*, *eficiencia* y *satisfacción*:

Eficacia: precisión con la que los usuarios alcanzan las metas específicas. Es decir, ¿los usuarios pueden hacer lo que necesitan en forma precisa?

Eficiencia: recursos asignados en relación con la precisión y exhaustividad con la que los usuarios alcanzaron sus objetivos. En otras palabras, ¿Cuánto esfuerzo requiere que el usuario alcance su objetivo? Normalmente, la eficiencia suele medirse en términos del tiempo que les lleva a los usuarios realizar dichas tareas.

Satisfacción: percepción de agrado y actitud positiva hacia el uso del producto. Es decir, ¿cuál es la percepción del usuario frente a la facilidad de uso del producto?

Por su parte, Hassan y Ortega (2009) la definen desde cuatro dimensiones: *empírica*, *dependiente*, *relativa* y *ética*:

- **Dimensión empírica:** en este punto se enfatiza que la usabilidad puede medirse y evaluarse, no es un concepto abstracto, subjetivo o carente de significado. Principalmente hay dos maneras de medir y evaluar la usabilidad: a través de un experto (prueba heurística) o directamente con usuarios reales (pruebas de usuario).
- **Dimensión dependiente:** usabilidad y utilidad son dos definiciones diferentes, pero una depende de la otra. Un producto se puede usar en tanto que su utilidad justifique el esfuerzo necesario para su uso: “la usabilidad representa el grado en el que el usuario puede explotar la utilidad” (Dillon y Morris 1999). De igual forma, un producto es útil si es fácil de usar.

- Dimensión relativa: la usabilidad no se debe asumir como una condición universal, sino como una cualidad que depende de unos usuarios, de unos objetivos y de un contexto específico.
- Dimensión ética: crear productos usables resulta provechoso económicamente. Obviamente, un “buen diseño” se evalúa por su retorno de inversión. Sin embargo, lo que se debe buscar obtener con el “buen diseño”, con el diseño usable, es mejorar la calidad de vida de las personas, y esta rentabilidad económica, es un valor agregado, de este objetivo cuando el diseño tiene fines comerciales.

Algunos de los beneficios de construir una página web fácil de usar, mencionados por Carvajal y Saab (2010: 10), son los que se mencionan a continuación:

- Disminución de los costos de producción: Los tiempos y costos de desarrollo pueden ser reducidos, evitando rediseños y minimizando los cambios en posteriores fases.
- Reducción de los costos de soporte y mantenimiento: Los sitios web fáciles de usar requieren menos mantenimiento, entrenamiento y soporte.
- Disminución de los costos de uso: La usabilidad aplicada a sitios web disminuye el esfuerzo y permite a los usuarios disponer de una variedad más amplia de tareas. Mientras que los sistemas difíciles de usar reducen el bienestar, la salud y la motivación.
- Reducción de los costos de aprendizaje: Un sitio web usable está organizado de manera que se adapta de forma ideal al modelo mental de sus usuarios, reduciendo de esta forma el tiempo necesario para su aprendizaje.
- Aumento en las ventas. Un sitio web más usable permite un mejor marketing debido a la mejor imagen del propio sitio. Por ser más comprensible es más vendible.

- Menor soporte al cliente: Los sistemas usables son más fáciles de aprender y de usar, comportando un menor costo de implantación y de mantenimiento.
- Usuarios más satisfechos: cuando un usuario ha realizado su tarea con el mínimo de esfuerzo posible, el sitio tendrá como resultado directo la satisfacción de los usuarios.
- Fidelidad en los usuarios: un sitio usable incrementa la posibilidad de un mayor uso, tanto en frecuencia como en cobertura de funcionalidades usadas y páginas web vistas.

Como se puede observar, la *usabilidad* tiene que ver con la facilidad de uso de un objeto o de cualquier producto digital. Para este trabajo fue de vital importancia enfocarse en este factor, ya que reúne una serie de indicadores que sirvieron como guía general de evaluación de la página web de la ACIN, los que también se tuvieron en cuenta para la construcción de la plantilla para su análisis.

Accesibilidad

Este aspecto tiene que ver con la calidad de los contenidos, es decir con que sean útiles y pertinentes. Se relaciona también con la contextualización del contenido y el diseño enfocado a las características de los públicos; con la *efectividad-cumplimiento* de los *objetivos-facilidad de logro de los objetivos*, que según las normas ISO, significa “el grado de exactitud y de integridad con el que unos usuarios en concreto logran sus objetivos en un entorno determinado” (Montes de Oca 2004). La *eficiencia*, también tiene que ver con este indicador, la que según las normas ISO, “mide los recursos invertidos en relación con la exactitud y la integridad con la que se han logrado o no los objetivos” (Montes de Oca 2004).

Por su lado, Carvajal y Saab afirman que *accesibilidad*, según la oficina española de la World Wide Web Consortium –W3C– es: “acceso universal a la web, independientemente del tipo de hardware, software, infraestructura de red, idioma cultura, localización geográfica y capacidades de los usuarios”. Y agregan:

Un sitio web accesible es mucho más que un sitio que puede ser accedido por personas con algún tipo de discapacidad física. La accesibilidad debe garantizar el acceso también a personas que por sus condiciones de acceso puede llegar a tener dificultades, ya sea por encontrarse en un ambiente ruidoso, acceder desde una conexión a Internet lenta, no contar con el mejor hardware o equipo (Carvajal y Saab 2010:17).

La relación entre accesibilidad y usabilidad es un tema ampliamente discutido, no obstante, la usabilidad es una característica que depende fundamentalmente del contexto y los usuarios involucrados; mientras que la accesibilidad plantea un reto mucho más amplio y busca abarcar la mayor parte de usuarios y condiciones posibles.

Por tanto, en este trabajo este concepto se interpretará como el nivel de calidad de los contenidos que ofrece el sitio web, si estos están acordes o no a los objetivos de la página, si son acordes al contexto y si se adaptan a los públicos.

Visualización

Esta característica tiene que ver con la claridad y estética del diseño del producto digital. Así mismo, con la posibilidad de brindar claridad a los usuarios al interactuar con el software.

La visualización tiene que ver mucho con el diseño gráfico de la interfaz y los recursos narrativos visuales (iconos, símbolos, colores, fotografías, animaciones, etc.) o multimediales (videos, audios, etc.) empleados para comunicar los mensajes. Es la manera de observar los datos, las figuras, la información dentro de la web o el producto digital. La forma como el diseñador deja ver al usuario la información.

La visualización está muy relacionada con la aplicación de parámetros a los materiales, por medio del uso de recursos multimediales para dar claridad, accesibilidad y ambiente interesante y llamativo a la información. De todas formas, si

bien el diseño gráfico y los recursos narrativos no garantizan por sí solos que se logren los objetivos y la satisfacción del público objetivo, son muy importantes para incentivar la recordación, el impacto, la fidelización y la receptividad.

Algunas de las manifestaciones de su uso correcto (tenidas en cuenta para el diagnóstico):

- Detectar si el diseño es claro y atractivo para el usuario o público al que va dirigido el producto digital.

Que el diseño sea inequívoco, agradable y entendible.

- Que la metáfora del diseño se comprenda fácilmente.
- Si el manejo y diseño de los recursos están bien pensados y contruidos, facilitan la captación y el aprendizaje de la información en poco espacio y tiempo.
- La visualización debe comunicar por sí sola. Debe permitir una connotación en constante en el usuario, también, 'refuerza o atenta contra las ideas', orienta y guía al usuario, o hace que este se 'pierda', se aburra y abandone la aplicación. De ahí la importancia de este aspecto.

Interfaz

La visualización está muy relacionada con la interfaz, de ahí la importancia de definirla. Para Moreno, se puede explicar desde los siguientes planteamientos:

- Las interfaces permiten navegar por el sistema.
- La mezcla de hardware y software mediante los cuales el lecto-autor se comunica con el programa hipermedia, se denomina interfaz hombre-máquina. Habitualmente, se utiliza la forma abreviada interfaz.
- Narrativamente, las interfaces marcan la participación lecto-autorial y la interacción de las aplicaciones.

- En ellas se funde diseño infográfico e interactivo y en las mimético-naturales abandonan su función de intermediación para amalgamarse con las sustancias expresivas.
- Es parte fundamental del paradigma hipermedial, integra las representaciones formales del conocimiento (máquina) con las representaciones informales (ser humano). Simplificar y diseñar en forma sencilla la interfaz del usuario, es la forma mediante el cual él puede interactuar más fácil con la aplicación, utilizar botones y textos para las diferentes acciones y opciones de navegación.
- Las interfaces de navegación utilizan signos y símbolos basados en una convención aprendida para facilitar la interacción del lecto-autor con los hipermedia. Aunque son parte del discurso general, no lo son del espacio discursivo. Proporcionan la llave de las sustancias expresivas al lecto-autor, pero no se funden con ellas (Moreno 2002: 15).

Ahora bien, sobre los tipos de interfaces, el mismo autor, propone la siguiente clasificación:

- Interfaces tipográficas: interfaces que presentan las selecciones en forma de texto escrito.
- Interfaces icónicas: presentan las selecciones a través de representaciones icónicas.
- Interfaces icónico-tipográficas: presentan las selecciones por medio de una mezcla de tipografías e iconos. El icono y la tipografía pueden estar siempre visibles o emerger la tipografía cuando el periférico de punteo entra en los dominios de selección del icono al que aparece asociada.
- Interfaces simbólicas: utilizan símbolos o metáforas para las selecciones.
- Interfaces simbólico-tipográficas: además de los símbolos usan tipografías o textos explicativos.

- Interfaces mimético-naturales: interfaces que mimetizan los comportamientos intuitivos de la vida natural. Estas interfaces se funden con las sustancias expresivas del discurso. El espacio es a la vez discursivo e interfacial; igualmente pueden serlo los textos escritos sensibles o la palabra cuando interviene una interfaz basada en el reconocimiento del habla.
- Interfaces abiertas o de realidad virtual: permiten al lector-autor moverse por la aplicación hipertexto libremente en todos los sentidos y direcciones sin rutas prefijadas, sin más constricciones que las lógicas del mundo natural que también pueden suprimirse. El autor puede liberar al lector-autor de la fuerza de la gravedad, permitirle atravesar elementos sólidos o dejar en sus manos esas decisiones, mediante la configuración personal previa. El lector-autor podría liberarse de cualquier restricción natural, o tomar las propias de un pájaro, de un pez, de un hombre... aumentar o disminuir la fuerza gravitatoria, convertirse en invisible... Estas interfaces corresponden a programas de realidad virtual.
- Interfaces semiabiertas o simuladoras de realidad virtual: En las interfaces mimético-naturales pueden aparecer textos, iconos etc. Si se comportan como en los entornos naturales, siguen siendo mimético-naturales. Si en un entorno virtual aparecen señales de tráfico, no quiere decir que se trate de elementos de intermediación; igual ocurre cuando se encuentran libros o títulos en los citados entornos con sus textos correspondientes. No se puede decir que se trate de interfaces de intermediación tipográficas, sino de interfaces mimético-naturales tipográficas.
- Es legítimo, por tanto, realizar una subclasificación dentro de las interfaces mimético-naturales que englobe los mismos términos que las de intermediación, pero siempre con un matiz de mimesis directa de la vida natural, no de mimesis indirecta, como sucede en las de intermediación. La clasificación sería la siguiente: interfaces mimético-naturales con elementos icónicos, tipográficos o icónico-tipográficos.

- Interfaces semiabiertas o simuladoras de la realidad virtual: se basan en los actos mimético naturales, pero limitan los movimientos del lecto-autor a unas vías predeterminadas más o menos amplias.
- Interfaces convergentes: utilizan las combinaciones posibles entre las interfaces de intermediación y las mimético-naturales (Moreno 2002: 16).

Arquitectura y navegabilidad

Ambas definiciones se relacionan con la forma como se jerarquizan u organizan los contenidos ofrecidos en una página web o en un producto digital. Así mismo, tienen que ver con la facilidad que el usuario encuentra para desplazarse virtualmente por el producto y encontrar lo que busca. Claramente, se observa que estos factores tienen que ver con el diseño gráfico de la interfaz (con la visualización), ya que es la herramienta que encuentra para comunicarse con el sistema, y también con la forma como se estructura el contenido.

Existen unas estructuras de navegación, las cuales poseen las siguientes características:

- El diseño de la arquitectura de una aplicación multimedia requiere de un cuidadoso equilibrio entre facilidad de acceso y navegación, y la necesidad de establecer categorías y subcategorías de información para beneficio del usuario.
- La estructuración o arquitectura se inicia con el esclarecimiento de las distintas categorías de información que se incluirán.
- A partir de estas categorías de información se deberían prever las clases de acceso que el público espera.⁴

⁴ En Londoño Monroy, G.M. (2012). Notas de clase para el curso Proyectos Multimedia, de la Maestría en Comunicación Digital (Documento no publicado). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

Para este trabajo fue vital conocer los tipos de estructuras de navegación, ya que se convirtió en otro elemento de análisis y comprensión de lo que propone la ACIN en su página web. En este punto se recurre de nuevo a Moreno, quien afirma que existen varios tipos de estructuras de organización usadas en sitios web o proyectos multimedia, que a menudo se combinan:

- Estructura lineal: es aquella donde el usuario se sienta y ve cómo se desarrolla la temática del producto sin poder controlar ninguno de los aspectos. El usuario navega secuencialmente, de una página, cuadro, sección o fragmento de información a otro. Por lo tanto, no tiene poder decisorio en cuanto al orden de consulta.
- Estructura lineal con metaestructura interactiva: el discurso principal se ordena y recibe linealmente, pero, en cualquier momento, es posible detenerlo para acceder a un metadiscurso con una metaestructura interactiva de cualquiera de los tipos que se presentan en esta clasificación.
- Estructura jerárquica o de árbol: también llamada dentrítico-circular. El usuario navega a través de las ramas de la estructura de árbol que se forma dada la lógica natural de contenido. Organiza la información en jerarquías estrictas. Cada sección principal contiene un conjunto distinto de subsecciones. Las conexiones entre las secciones principales no están permitidas.
- Estructura multiarborescente: también llamadas polidendríticas. Son como las de árbol, pero se permite ir de una sección a otra sin regresar por el Home. El discurso hipermedia se estructura jerárquicamente mediante ramificaciones que, a su vez, se ramifican cuantas veces sea necesario, pudiendo interconectarse entre sí y con las opciones principales en todo momento. Los mejores ejemplos de este tipo de estructuras se encuentran en las enciclopedias multimedia de todo tipo y una buena parte de las sedes web.

- Estructura no lineal o de red: el usuario navega libremente a través del contenido del proyecto, sin limitarse a vías predeterminadas.
- Estructura semiabierta: son estructuras que participan de la misma filosofía que las abiertas, pero incorporan restricciones autoriales, bien para salvar problemas técnicos o para centrar narrativamente al lector.
- Estructura compuesta: también llamada Estructura interactiva subsidiaria de estructuras lineales. Los usuarios pueden navegar libremente, pero también están limitados, en ocasiones por presentaciones lineales de películas o de información crítica y de datos que se organizan con más lógica en una forma jerárquica. del proyecto, sin limitarse a vías predeterminadas.
- Estructura convergente: el núcleo central de la historia es lineal, pero, en ningún caso, puede recibirse linealmente, sino de una forma fragmentada, una vez que se han realizado una serie de pruebas interactivas. Estos escalones pueden responder a diferentes tipos de estructuras interactivas, siempre subsidiarias de la estructura lineal principal.
- Navegabilidad o claridad en la estructura de navegación: en este indicador Londoño (2012), aclara que es cuando el usuario no se “pierde” por la aplicación, por la página o producto digital. También, afirma que es cuando se siente “seguro y a gusto” mientras navega (el usuario no se va a sentir que es un inútil o con temor a “hacer algo mal”). Otro aspecto clave de este indicador, cuando se cumple, es que el usuario va a reconocer, aprender y usar rápidamente las convenciones de la interfaz (íconos, símbolos, metáforas, botones, enlaces, etc.) (Moreno 2003: 11).

Facilidad de aprendizaje

Para Manchón es la “facilidad con la que nuevos usuarios desarrollan una interacción efectiva con el sistema o producto. Está relacionada con la predecibilidad, sintetización, familiaridad, la generalización de los conocimientos previos y la consistencia con que el diseño sea aprehendido y aprendido rápidamente por parte del usuario”⁵. La posibilidad de lograr este indicador se da mediante la inclusión de mecanismos que faciliten y profundicen el proceso de aprendizaje mediante ayudas, talleres, mapas conceptuales, preguntas y respuestas; evaluación y seguimiento, tutoriales y herramientas de navegación y búsqueda.

Comodidad y flexibilidad

La comodidad consiste en la posibilidad que el usuario se sienta cómodo navegando por el producto digital, y en los contenidos. Así con el nivel de participación y el diseño. Respecto a la flexibilidad, Manchón plantea lo siguiente:

Adecuación a los usuarios y al ritmo de trabajo, fomento de la iniciativa y autoaprendizaje. Relativa a la variedad de posibilidades con las que el usuario y el sistema pueden intercambiar información. También abarca la posibilidad de diálogo, la multiplicidad de vías para realizar la tarea, similitud con tareas anteriores y la optimización entre el usuario y el sistema.⁶

5 En Londoño Monroy, G.M. (2012). Notas de clase para el curso Proyectos Multimedia, de la Maestría en Comunicación Digital (Documento no publicado). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

6 En Londoño Monroy, G.M. (2012). Notas de clase para el curso Proyectos Multimedia, de la Maestría en Comunicación Digital (Documento no publicado). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

En otras palabras, se podría afirmar que es un aspecto importante de usabilidad que permite un manejo fácil, tendiente al uso personalizado y contextualizado de un producto digital.

Frecuencia

Este concepto se relaciona con las veces o la frecuencia con la que se usa algo, pero también tiene que ver con “La frecuencia con la que los usuarios cometen errores y cómo el usuario se recupera de los mismos”.⁷

Funcionalidad

En este indicador se refleja hasta qué punto una página web está pensada y es acorde con los objetivos que persigue y con el público al que va dirigido. Tiene que ver también con aspectos como:

La forma como funciona el diseño o el ambiente web; las posibilidades en el uso y manejo de objetos, artefactos, máquinas, equipos y sistemas en general; La coherencia entre las necesidades detectadas y los resultados que se obtienen con el uso del material; las respuestas acertadas a una búsqueda o necesidad de determinado material, producto u objeto; La precisión y plenitud con las que los usuarios alcanzan los objetivos especificados.⁸

Igualmente, este indicador se concentra en el funcionamiento del producto digital, que sea correcto y que no presente fallas. Se afirma que para lograr una funcionalidad adecuada, es vital tener en cuenta, por un lado el diseño, por otro la construcción

7 Usabilidad. Verificado: 25/11/2016. Disponible en: <http://marketingonline.ekonsulta.net/promocion-web/usabilidad> (Acceso)

8 Londoño Monroy, G.M. (2012). Notas de clase para el curso Proyectos Multimedia, de la Maestría en Comunicación Digital (Documento no publicado). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

(en la integración o en la programación de la aplicación) y por último, los parámetros técnicos, teniendo muy presente el entorno o contexto de utilización.

Interacción

Consiste en la posibilidad que tiene un usuario de establecer comunicación con un sistema electrónico, en este caso, se enfocaría a la interacción que se ha generado en la página web de la ACIN, con sus públicos. De igual forma, siguiendo los lineamientos de Londoño (2012), interacción:

Se refiere a la capacidad que tiene una aplicación o sistema de permitir que varios autores y/o lectores se conviertan en interlocutores, es decir, que establezcan un proceso dinámico y activo de comunicación, sea ésta de manera sincrónica (en tiempo real) o asincrónica (en tiempo no simultáneo). Este concepto, entonces, se refiere al proceso de comunicación que se establece entre los usuarios de un sistema, es decir, a la interacción social que se produce gracias a una mediación tecnológica.⁹

Interactividad

Para Neuman, citado por Londoño (2012), la interactividad se define como la cualidad de la comunicación caracterizada por un incremento del control que emisor y receptor ejercen sobre el proceso comunicativo con el sistema. Así mismo, se podría afirmar que es la posibilidad que tiene el usuario de establecer las rutas y el orden de la consulta, y de participar de manera selectiva, trasformativa y/o constructiva en una aplicación o documento hipertextual. Esto se relaciona con la posibilidad de intercambio y de diálogo entre los públicos y

9 Londoño Monroy, G.M. (2012). Notas de clase para el curso Proyectos Multimedia, de la Maestría en Comunicación Digital (Documento no publicado). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

el sistema o la aplicación electrónica que está utilizando. Este concepto, entonces, se refiere al proceso de comunicación que se establece entre hombre y máquina, u hombre y sistema.

Por su lado, Rost, define la interactividad así:

[...] definimos a la interactividad como la capacidad gradual que tiene un medio de comunicación para darle un mayor poder a sus usuarios/lectores en la construcción de la actualidad ofreciéndole tanto posibilidades de selección de contenidos (lo que llamamos Interactividad Selectiva) como posibilidades de expresión y comunicación (que denominamos Interactividad Comunicativa) (Rost 2006: 2).

Lamarca, ayuda a complementar la conceptualización de este factor:

El término interactividad se utiliza hoy con dos sentidos muy diferentes. Uno como sinónimo de participación en relaciones comunicativas establecidas entre las personas, donde es corriente utilizar la voz interactuar en lugar de conversar, dialogar, colaborar, votar, etc. Y otro como la relación que se establece entre los seres humanos y las máquinas, esto es, el método por el cual un usuario se comunica con el ordenador, sea local o remoto. (Lamarca 2011)

Convergencia, multimedialidad e hipertextualidad

Para este diagnóstico fue vital conocer en alto grado las características del producto digital y de su discurso, ya que esto permitió adquirir herramientas concretas de observación, análisis y comprensión de lo que se quiso estudiar, en este caso la página web de la ACIN. En esta ocasión se tratará de definir el concepto de *convergencia, multimedialidad e hipertextualidad*, con el objetivo de cubrir al máximo el campo del lenguaje digital.

Convergencia: nos encontramos en la era de las convergencias: convergencia de medios, de las empresas de comunicación, perfiles, redacciones en los medios, lenguajes, de simbologías y estéticas de comunicación, convergencia de imaginarios, culturas e ideologías y también de productores y consumidores de productos digitales. Sobre este tema, Scolari (2010: 48) aporta lo siguiente:

La convergencia es un proceso polifacético que abarca diferentes aspectos y ámbitos. En este informe adoptamos la definición de Henry Jenkins, o sea la convergencia entendida como proceso cultural que incluye a las narrativas transmediáticas y una fuerte presencia de los contenidos generados por los usuarios.

Para concretar este punto, se tratará de definir el concepto de convergencia de medios, factor que para este trabajo fue de mucha importancia ya que sirvió como referencia de análisis de la página web de la ACIN. Para Salavarría (2003), la convergencia de medios es:

Internet ha supuesto un significativo avance en la integración de códigos comunicativos –o, si se prefiere, en la conformación de un nuevo lenguaje periodístico multimedia– pues a las potencialidades sensoriales que ofrecen los tres medios tradicionales se han sumado nuevas posibilidades, algunas de ellas todavía en fase experimental, como las referidas al tacto (servicios de transcripción automática al lenguaje Braille para ciegos, sistemas de realidad virtual 3D, etc.) y al olfato (dispositivos para la síntesis digital de aromas, etc.) (Salavarría 2003 en Labrador 2011: 22).

En cuanto a la convergencia de lenguajes, Scolari (2009) asume esta posibilidad como una convergencia retórica y afirma que las hibridaciones entre los diferentes lenguajes y medios irían más allá de la ‘representación de un medio dentro de otro medio’, debido a la trama de las contaminaciones. Para ampliar

este concepto, el mismo autor recurre a lo planteado por Fagerjord, quien afirma que: “El uso del término retórica, dejaría la puerta abierta a una posible taxonomía de las diferentes figuras de la convergencia entre lenguajes y medios” (Fagerjord en Scolari 2009: 52).

Multimedialidad: Díaz (2009:2014), expone las diferentes definiciones que a través del tiempo se han emitido, provenientes de diversos contextos y visiones:

Cebrián Herreros (2005: 17) define la información multimedia como ‘la integración de sistemas expresivos escritos, sonoros, visuales, gráficos y audiovisuales en su sentido plano’, y añade al lenguaje audiovisual ‘otros elementos específicos como la interactividad, navegación e hipertextualidad’. Además, lo relaciona con ‘la integración de los diversos medios y soportes en un soporte o red única con capacidad para integrar todos los medios tradicionales en sentido pleno’. Otros ponen el énfasis en una definición relativamente técnica, como presencia de diversos medios en un solo sistema electrónico. Con cierta frecuencia, ‘multimedia’ se asocia a ‘interactivo’, como si existiese la posibilidad de encontrar un sistema multimedial que no lo sea en mayor o menor medida. Para Jankowski y Hanssen¹⁰, la mejor definición es aquella que ha encontrado mayor consenso, desde el punto de vista técnico, como ‘la integración digital de diferentes tipos de medios dentro de un único sistema tecnológico’.

10 Noci se refiere a estas referencias bibliográficas:
 Cebrián Herreros, M. (2005). *Información Multimedia: Soportes, Lenguaje y Aplicaciones Empresariales*. Madrid: Pearson.
 Jankowski, N, y Hanssen, L. (1996). *The Contours of Multimedia. Recent Technological, Theoretical and Empirical Developments*. Luton: Luton University Press.

De esta manera, la multimedialidad se encuentra en la construcción de mensajes de una forma dinámica, atractiva, agradable y completa. Igualmente, permite confirmar una vez más, que el medio digital puede considerarse un factor relevante a la hora de querer comunicar con el deseo de ser comprendido, por medio de la sensibilización de la vista y el oído del usuario. Así, este factor le da una gran ventaja a los cibermedios frente a los medios tradicionales.

Hipertextualidad: para todos los que continuamente interactuamos con y en el ámbito digital, el hipertexto se considera como un elemento común y vital en las narrativas que encontramos en la web y en general en los productos digitales, además, es considerado hoy un referente teórico y metodológico para el ciberperiodismo y, más concretamente, para la redacción ciberperiodística, disciplina académica que cada vez se consolida más y que se centra en el estudio de los mensajes difundidos a través de los medios de Internet. De ahí la importancia para este trabajo de definir qué es la Hipertextualidad, Corona Rodríguez, expone lo siguiente en su texto, *La construcción social de Internet: estrategias de uso y significación de la información*:

El hipertexto por una parte nos permite asumir que la información está organizada de forma diferente en comparación a los medios tradicionales, lo cual posibilita y alienta (hipotéticamente) formas novedosas de relacionarnos con la información. Los recorridos serían una representación del movimiento y andar de los usuarios en la red de nodos y sitios, con lo que podemos conectar metodológicamente puentes para analizar particularidades del hacer de los usuarios. [...] se habla del hipertexto como una convergencia entre teoría y tecnología, de una estructura mental, de una operación asociativa del proceso de lectura, de una herramienta informática, y de una característica inherente a las nuevas tecnologías digitales, todos estos enfoques igualmente válidos según la mirada desde la que provengan pero no siempre bien aplicados (Corona 2012: 7).

Por su lado, Álvarez comparte los siguientes datos acerca de la hipertextualidad, que permiten una aproximación más concreta a este término:

En cuanto al hipertexto, como indican Baldry y Thibault (2004), permite que no haya estructuras a priori que causen o guíen las actividades de realización de significados desde el principio al fin. Por el contrario, hay un interjuego entre los textos, los géneros, las modalidades semióticas, las tecnologías, y las percepciones y las acciones de los usuarios. La interacción entre todos estos factores proporciona soluciones estables en el momento (Álvarez 2012: 76).

Queda claro entonces, que la hipertextualidad no solamente admite enlaces de textos dentro de un mismo espacio o lugar, igualmente, es común encontrar vínculos externos que permiten una conexión más extensa y global entre diversos sitios o páginas unidos entre sí por los aspectos que tengan en común.

Retórica

Es una realidad que en la actualidad los sitios web, buscan de manera continua desarrollarse de una forma cada vez más sofisticada. El avance tecnológico en múltiples objetos, plataformas y aplicaciones, ha impulsado ese progreso constante de las páginas web. Ese desarrollo entonces, también proviene en la profundización cada vez mayor de las pautas retóricas, las cuales se puede afirmar, son la estructura o la base de su construcción, al punto de que se puede detectar en esta situación el tránsito hacia una retórica contemporánea que podríamos llamar digital, hipermediática o interactiva.

Los oradores han cambiado en cosmovisiones, destrezas, intenciones, enfoques, estrategias, mentalidades, etc. El orador de la era digital, utiliza constantemente los medios electrónicos, ordena y construye su *ethos* dependiendo de la disposición de la página, es decir, acude a los textos, los diferentes estilos de tipografías, los banners, las imágenes, los colores, el menú,

los íconos de navegación, para dar forma, de entrada, a una presencia que tiene características específicas (en este caso se podría reconocer el *ethos* por la apariencia global de un sitio, cuya percepción es inmediata). Como es conocido, un *ethos* adecuado es la primera condición de la persuasión. Después, el argumento se configura a partir de los distintos niveles y sus contenidos, esto es, la *arquitectura del sitio*, que puede tener varios niveles y que implica, para el lector, el despliegue de ciertas inferencias, hábitos y habilidades para navegar.

Para el diagnóstico de la página web de la ACIN, el concepto de persuasión se tomó como referencia, se recurrió entonces a lo planteado por Navarro:

[...] para considerar la web como ámbito comunicativo retórico falta un concepto central: la persuasión. Efectivamente, desde sus más antiguas definiciones –desde el Gorgias de Platón– el objeto de la retórica es la persuasión: “ser capaz de persuadir por medio de la palabra”. Si la finalidad de la retórica es crear un discurso persuasivo, para considerar internet como espacio retórico debe estar compuesto de comunicados o discursos persuasivos, es decir los sitios web deben desarrollarse con una clara finalidad persuasiva. Con ello, la pregunta que se plantea es en qué medida por qué debe ser persuasiva una página (2003: 3).

También, se tuvieron en cuenta algunos componentes básicos que permitieron realizar un mejor análisis de la página, de nuevo, se tuvo en cuenta:

La Textología Semiótica considera que todo comunicado es, por definición, multimedial, ya que está compuesto por más de un médium, es decir, por signos por signos pertenecientes a más de un sistema semiótico. Si bien esto es aplicable a cualquier texto –por las razones que ahora no se van a comentar–, más aún es aplicable a una página

web que siempre está compuesta de imágenes, texto escrito y en algunas ocasiones música. Así el comunicado forma un complejo signico relacional formado por cuatro componentes básicos:

El vehiculum: o la manifestación física del comunicado.

La formatio: o arquitectónica formal del comunicado.

El sensus: o arquitectónica semántica del comunicado.

El relatum: o realidad extratextual expresada en el comunicado (Navarro 2003: 6).

Inmediatez

Se considera una de las principales características del ciberperiodismo y de los cibermedios. Consiste básicamente en la posibilidad que permite la tecnología y la digitalización de renovar constantemente y de forma inmediata, los contenidos que se publican en una página web o en medio de comunicación digital. Para Tejedor (2006: 60) “La inmediatez confiere a estos medios la posibilidad de renovar sus informaciones sin necesidad de someterse a complejos y lentos procesos de producción de los mensajes periodísticos”

Pantoja desarrolla dos conceptos que, según él, se relacionan mucho con la inmediatez, se trata la deslocalización que en sus palabras consiste básicamente en:

[...] una cualidad que se le presupone a las redes sociales por la capacidad técnica que han alcanzado de resolver la cuestión ancestral de salvar la distancia que separa al emisor y al receptor. De ahí que, como hecho tecnológico, las redes sociales no pueden disociarse del medio en el que se instalan. No se trata ya de incidir en la clásica visión de que el mundo se ha convertido en global, ya lo era antes, sino que ahora está conectado y deslocalizado¹⁶⁴, de tal forma que ya no necesitamos que coincidan los componentes en el espacio y en el tiempo para realizar el acto de comunicar (Pantoja 2011: 223).

El otro concepto que relaciona el autor con la inmediatez es la imprevisión, la considera como otra característica de las redes sociales, las cuales han incorporado lo imprevisto como fórmula de atención continua. Por último, Pantoja afirma lo siguiente sobre la inmediatez:

Es la señal de los nuevos tiempos de la comunicación social, ya que responde a nuestra manera de atender la noticia y conforma la mirada mediática de los espectadores. En la búsqueda de esta cualidad se han afanado los medios desde que han posicionado como mediadores entre la realidad y la sociedad, y, en segundo lugar, en cuanto la tecnología se lo ha permitido. Aún sí muestran evidentes carencias frente a la concurrencia que concitan las redes sociales, porque éstas potencian espectacularmente el alcance, debido a que la información puede salvar cualquier distancia y se dirige a todos los puntos; ya que favorecen la amplitud, por llegar a la vez a millones de terminales; y, por último, posibilitan la multiplicación, porque fluye abundante e incesantemente (Pantoja 2011: 223).

Memoria

Esta es otra de las características importantes del ciberperiodismo, que también sirvió para conocer más el producto digital que se estudió en esta investigación. Se le puede considerar como un componente nuevo, ya que no hace parte de los conjuntos de atributos que a través del tiempo han sido considerados como parte de los parámetros para la valoración de calidad en productos periodísticos disponibles en medios tradicionales (prensa, radio, TV).

Palacios, define de la siguiente forma este concepto:

La memoria se puede definir en una aproximación inicial como la capacidad de recuperación de informaciones anteriormente producidas sobre el

asunto y relevantes para contextualizar y/o mejor encuadrar la noticia. Es una característica que está presente en cierta medida en soportes periodísticos tradicionales (prensa gráfica, radio, TV) pero que se encuentra tremendamente potenciada en la web, y será empleada como ejemplo para indicar algunas de las novedades e innumerables desafíos que representa para el analista del ciberperiodismo (Palacios 2009: 270).

Para complementar lo anterior, se recurrió al mismo investigador, quien afirma que las crecientes posibilidades abiertas para la recuperación de memoria, gracias a las sofisticadas bases de datos en la producción periodística, genera una serie de efectos que pueden y deben ser considerados:

- En las rutinas productivas en las redacciones, con la creciente facilidad de consultas y apropiación de informaciones en bases de datos internas y externas al vehículo.
- En los modelos de negocios, con una vasta gama de posibles incorporaciones de elementos de memoria como parte del negocio establecido para los periódicos (acceso pago total o parcial, conjugación de bases de datos-memoria-publicidad, otras formas de agregación de valor).
- En la producción de formatos narrativos diferenciados, con distintas formas de incorporación de memoria (background, contexto, contraposición, etc.)
- En las formas de interacción con el usuario, quien pasa a disponer de recursos para investigar en la propia web del periódico aspectos históricos o de contextualización, alrededor del material de actualidad que se le ofrece, ya sea eventualmente personalizando su memoria en espacios de la propia web periodística que utiliza.

Otros factores

Londoño, expone otra serie de indicadores de Usabilidad que permiten realizar un análisis más exhaustivo de la página web de la ACIN, son ellos:

- Operatividad: consiste en la capacidad que tiene el software de permitirle al usuario una simple operación, orientación y control.
- Optimización del tiempo: una página que permita realizar acciones rápidas a los usuarios.
- Preferencia por un objeto determinado
- Productividad acorde con los objetivos y el público.
- Robustez: nivel de apoyo al usuario que permita el cumplimiento de sus objetivos, tiene que ver con la capacidad de observación del usuario, de recuperación de información y de ajuste de la tarea al usuario.
- Satisfacción de los usuarios: recordación, impacto, fidelización y receptividad. En este caso satisfacción “se refiere al grado de confort y aceptación del sistema por el usuario u otras personas afectadas por su uso”, según el ISO. Igualmente, al grado de receptividad y recordación.
- Seguridad.
- Utilidad de la aplicación y sus contenidos.
- Velocidad: tiempos prudentes y mínimos de descarga (que los contenidos ‘carguen’ velozmente), que en la página no se presenten fallas, es decir, sin que hayan vínculos rotos, imágenes que no cargan, hipertextos que no llevan ‘a nada’, etc. (lo que depende de la funcionalidad).¹¹

11 Londoño Monroy, G.M. (2012). Notas de clase para el curso Proyectos Multimedia, de la Maestría en Comunicación Digital (Documento no publicado). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

Ciberperiodismo

Es importante anotar que para la realización de este diagnóstico, se tuvieron en cuenta un buen porcentaje de dinámicas y de planteamientos provenientes del contexto del ciberperiodismo, ya que la página web de la ACIN, cumple con funciones informativas, comunicativas, de visibilización y también una buena porción de sus contenidos se enmarcan dentro del ámbito mencionado anteriormente.

Se hizo evidente que el ciberperiodismo también hace presencia en las dinámicas de interacción del Tejido de Comunicación de la ACIN, de ahí la importancia de definirlo y de conocer un poco más sobre esta dinámica. Blandón aporta lo siguiente:

El ciberperiodismo como estrategia de comunicación comenzó en los años 90's. Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría (2003) en su libro *Manual de redacción ciberperiodística* señalan cinco características o parámetros fundamentales de esta modalidad comunicativa: Hipertextualidad, Interactividad, Multimedialidad, Asincronismo y Memoria (Blandón 2010: 5).

Rivera recurre también a Salaverría¹², quien afirma que ciberperiodismo es: “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos” (2011: 271).

Por último, se acude a Ivars, autora que expone algunos datos significativos que aportan ostensiblemente a esta investigación:

Finalmente, “ciberperiodismo” *cyberjournalism*, es el que se ciñe mejor a las características y define en un sólo vocablo este nuevo medio de comunicación. Este término alude a “aquella especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación,

12 Este autor se refiere a la obra de Salaverría: *Redacción periodística en Internet* (2005).

la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos” (Díaz Noci, J. et al., 2003: 17). Además es un concepto ya generalizado. Como se ha mencionado, el ciberperiodismo se incluiría dentro de la clasificación de cibermedios con finalidad informativa o noticiosa, pero aunque este tipo de contenidos sean los que predominen, cada vez se introducen más contenidos cuyo objetivo es posibilitar las relaciones entre el medio y el lector, entre los lectores; y también se están abriendo las puertas a otros elementos calificados como servicios (Ivars 2010: 18).

Ciberactivismo

Se pudo comprobar que en otros trabajos realizados sobre la ACIN y su Tejido de Comunicación, algunas acciones comunicativas creadas, diseñadas y publicadas en la página de la ACIN, tienen un enfoque hacia esta dinámica del *ciberactivismo*.

Costa y Piñeiro comparten un planteamiento emitido por De Ugarte (2007), que contribuye en alto grado a la comprensión de este fenómeno social muy común en esta era digital y que, como se afirmó líneas más arriba, ayudan a entender en algo las acciones comunicativas que se han venido desarrollando en la página de la ACIN:

[...] estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del ‘boca a boca’ multiplicado por los medios comunicación y publicación electrónica personal”. (De Ugarte en Costa y Piñeiro 2012:1462)

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable



No comercializable

No comercializable

Criterios metodológicos de la investigación

Metodología y métodos empleados

La metodología que orientó esta investigación fue de corte cualitativo. Para Stake (en Guazmayán 2004: 139), este tipo de enfoque busca la comprensión de las complejas relaciones entre todo lo que existe y se centra en la búsqueda de acontecimientos y no de causas, de ahí que se adaptara a lo que se buscó con este trabajo.

A partir del diagnóstico de la página web de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca –ACIN–, se evidenció la importancia de conocer un poco sobre la realidad social, cultural y tecnológica de su gente, para después aprovechar este insumo en el estudio de la página web, ya que de alguna forma, estas relaciones complejas se van a reflejar en su propuesta digital. Finalmente, como métodos se eligieron el estudio de caso y la etnografía virtual.

Para el mismo Stake (1998:139), el primero “es el estudio de la particularidad y la complejidad de un caso singular para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes”.

El estudio de caso posee cuatro propiedades básicas mencionadas por Merriam las cuales se tratarán de aplicar en ésta investigación: particularista, descriptivo, heurístico e inductivo:

- Particular: porque la indagación se centra en la página web de una comunidad indígena. De ahí la importancia de describir y analizar al Tejido y sus prácticas, en primera instancia, y también, exponer algo sobre el pueblo Nasa y la ACIN.
- Descriptivo: se hizo una descripción de la página web de la ACIN, para tal efecto se usó una ficha de análisis del sitio para recoger los factores más relevantes de esta.
- Heurístico: ya que esta investigación va a permitir comprender la propuesta de dicha página web, igual va a iluminar la forma de comprender otras páginas con características similares. A partir de la exploración, se van a solucionar algunos problemas que se presentan en el proceso investigativo, los cuales se van a compartir y a exponer.
- Inductivo: ya que, con este trabajo se va a diagnosticar una propuesta comunicativa, y se tratará de comprenderla desde una cosmovisión milenaria, combinada con visiones actuales de uso de las TIC (Merriam en Guazmayán 2004: 143).

Se pretende también desarrollar procesos provenientes de la etnografía virtual, puesto que el diagnóstico requiere observación *offline* y la descripción densa de una realidad social inmersa en el ciberespacio.

La etnografía, entonces, se considera ante todo una actividad investigativa con un enfoque descriptivo que busca estudiar la cultura de una comunidad (Álvarez 2009; Ferrada 2006). La *etnografía virtual*, conserva la esencia de este enfoque, pero se traslada al contexto cultural que ocurre en la web; se podría afirmar que busca estudiar las dinámicas, los actores y las diferentes situaciones que se presentan en el ciberespacio. Álvarez, aporta a la conceptualización de esta propuesta:

Todos estos aspectos vuelven a ser interrogados dado que hoy se habla de grupos que no están situados físicamente en ningún lugar, que su presencia es virtual, que sus vínculos están mediados tecnológicamente y que tienen otras formas expresivas que impulsan al investigador a encontrar otras maneras de abordar su estudio para conocer la denominada Cibercultura. Por ejemplo, para el caso de definir una unidad de observación en el universo de Internet, resulta un trabajo complejo, pero necesario, ya que por su tamaño, diversidad y crecimiento constante no podría ser considerado un campo global de observación como tradicionalmente ha definido sus áreas de estudio la etnografía, sino que se tendría que delimitar de manera rigurosa, de acuerdo con sus propias características y según el objetivo de la investigación, lo cual ya es un reto para el etnógrafo de los espacios virtuales (Álvarez 2009: 4).

Se escogieron ambos métodos porque se complementan en estrategias y técnicas. La primera me ofrece unas características que me ayudan significativamente en el diagnóstico:

- Como se realiza una descripción densa de un caso concreto y contextualizado va a permitir que se comprenda de forma detallada, también logrará que se reconozca la complejidad de la realidad social del Tejido de la ACIN y su página, ofreciendo diferentes alternativas de interpretación.
- Las descripciones sobre la página, van a permitir sistematizar la información y dará más herramientas de diagnóstico.
- El carácter interpretativo del estudio de caso, posibilita el acercamiento viable a los significados que los miembros del Tejido de Comunicación dan a sus acciones y prácticas, reflejadas algunas de estas en la página web.

De igual forma, se escogió complementar el estudio de caso con la etnografía virtual, porque el objeto de estudio está inmerso en el ciberespacio y este método se enfoca en lo que

sucedo y acontece en este. Además, la etnografía virtual permite abordar nuevas temáticas sociales y fenómenos emergentes, como la página de la ACIN y sus dinámicas en la web. Por último, porque los instrumentos y herramientas de estudio de la etnografía se integran muy bien, e incluso se identifican, con los referentes metodológicos del estudio de caso.

Técnicas e instrumentos

La observación no participante (recurrente, cada semana por varios meses) y el análisis del discurso marcaron la pauta del estudio. Lo primero permitió acceder a este producto comunicativo como un internauta más, conocerlo, apropiarse de este y experimentar su usabilidad y navegabilidad. Lo segundo, estudiar con mayor detalle las narrativas y las características del producto digital.

Para llevar el registro de la observación y del análisis discursivo, se creó una ficha o matriz que permitió revisar todas las características de este cibermedio, y también, ubicar y revisar otros elementos que se recopilaron en el marco teórico y que sirvieron de diagnóstico. En esta se incluyeron, las categorías y subcategorías de análisis que se indican a continuación. Los datos consignados en ella sirvieron para hacer el estudio desde un punto de vista descriptivo y discursivo (Garrido 2003).

Categorías y subcategorías de análisis

Para el diseño de los instrumentos, y para cumplir los objetivos con precisión, se definieron categorías y subcategorías de análisis, por cada uno de los objetivos que se tenían en la investigación, así:

Para el objetivo: recopilar, clasificar y describir la información sobre la propuesta y el manejo de las estrategias comunicativas realizadas hasta el momento por el Tejido mencionado

Tabla 1. Categorías y subcategorías de análisis para cumplir el primer objetivo.

Categoría	Subcategoría
Estrategias de comunicación realizadas por el Tejido de Comunicación	Talleres comunicativos Mingas de pensamiento Comunicación comunitaria Comunicación vertical, horizontal, en Red Uso de los medios de comunicación tradicionales: radio, televisión, prensa

Para el objetivo: describir el los propósitos y el uso que se le está dando a la página web de la ACIN, así como sus características actuales

Tabla 2. Categorías y subcategorías de análisis para cumplir el segundo objetivo.¹³

Categoría	Subcategoría
Objetivos	Principales Secundarios
Propósitos	Político Comunitario Cultural Informativo Proyección nacional Proyección mundial Visibilización Ciberactivismo

13 Prescriptores son las personas o entidades que conducen de forma consciente o inconsciente al público del sitio Web hacia el producto, es decir, lo llevan (bien porque lo recomiendan o bien porque exigen) a consultar el producto digital, por tanto, son también públicos secundarios. Los homologadores, por el contrario, son personas o entidades que avalan el contenido, y por su reputación, le dan mayor peso y credibilidad (Londoño 2012).

Categoría	Subcategoría
Usos	Usos al interior de la comunidad Usos al exterior
Público al que va dirigida	Primarios Secundarios Prescriptores y homologadores ¹⁴
Estrategias de comunicación realizadas por el Tejido de Comunicación	Eje creativo Arquitectura y Navegabilidad Tipo y diseño de la interfaz Usabilidad: Operatividad, Optimización del tiempo, Productividad, Robustez, Satisfacción de los usuarios, Seguridad y Velocidad Accesibilidad Interacción e Interactividad Visualización Comodidad y Flexibilidad Facilidad de Aprendizaje Frecuencia Funcionalidad Multimedialidad e Hipertextualidad Inmediatez Memoria Retórica

Fuente: elaboración propia.

Para el objetivo: analizar si hay una relación adecuada entre los públicos objetivos, las características del producto, los propósitos y los usos que efectivamente está recibiendo el sitio, con las demás estrategias comunicativas.

14 Prescriptores son las personas o entidades que conducen de forma consciente o inconsciente al público del sitio Web hacia el producto, es decir, lo llevan (bien porque lo recomiendan o bien porque exigen) a consultar el producto digital, por tanto, son también públicos secundarios. Los homologadores, por el contrario, son personas o entidades que avalan el contenido, y por su reputación, le dan mayor peso y credibilidad (Londño 2012).

Tabla 3. Categorías y subcategorías de análisis para cumplir el tercer objetivo.

Categoría	Subcategoría
Relación entre la web y las otras estrategias	Coherencia de objetivos Coherencia de características generales Coherencia de propósitos Coherencia de usos

Fuente: elaboración propia.

Para el objetivo: proponer alternativas de mejoramiento o de cambio según los resultados del diagnóstico realizado de la página web y de la integración entre las estrategias, si se hace necesario.

Tabla 4. Categorías y subcategorías de análisis para cumplir el cuarto objetivo.

Categoría	Subcategoría
Tipos de mejoras	En cuanto a las características del producto En cuanto a propuestas narrativas En cuanto a públicos objetivos En cuanto a usos y propósitos

Fuente: elaboración propia.

Ficha de análisis

Es pertinente aclarar que este diagnóstico enfocó el análisis y evaluación del sitio web desde la perspectiva de la usabilidad, la cual ya se definió en el capítulo anterior. Para facilitararlo, se diseñó la ficha o matriz de análisis desde un principio heurístico o desde una dimensión empírica, (Hassan y Ortega 2009), que en este caso se podría entender como la visión de un experto o de expertos para determinar las fallas o los factores esenciales que se encuentran en la interacción con un sistema, en este caso un sitio web.

Esta plantilla se construyó con base en dos propuestas: una matriz diseñada por Londoño (2010) para evaluar productos digitales, y una plantilla compartida en la página Pitxiflú¹⁵ (2010) sobre malas prácticas de usabilidad. Así mismo, se tuvieron como referencia, los planteamientos de Eduteka (2003), Carvajal y Saab (2010) y Rodríguez (2012).

La ficha (ver anexo 1), contempla, pues los asuntos relacionados con las categorías de análisis definidas, es decir, los aspectos importantes para la investigación.

15 Pitxiflú. Verificado: 19/09/2016. Disponible en: <http://pitxiflu.com/> (Acceso 26/11/2012).

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable



Tercera
Parte

No comercializable

No comercializable

Análisis y discusión de resultados

El contenido de este capítulo, contempla la presentación, análisis y discusión de los resultados obtenidos en el proceso de recolección de la información y de la aplicación de la ficha de análisis para el diagnóstico de la página web de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca –ACIN–. Son expuestos siguiendo el orden de las categorías de análisis indicadas en el capítulo anterior.

El análisis se ejecutó de la siguiente forma: para la categoría *Estrategias de comunicación realizadas por el Tejido* (objetivo 1) se recurrió al marco teórico y referencial de esta investigación, a la página de la ACIN y se apoyó en algunas investigaciones ya realizadas a este colectivo. Para las otras categorías (objetivos 2 a 4), el análisis se ejecutó mediante la interpretación de los datos obtenidos de una plantilla creada para el diagnóstico.

Estrategias de comunicación desarrolladas por el Tejido

Esta investigación permitió entender, gracias a la observación no participante y desde el acceso a diferentes documentos, cuáles son las estrategias comunicativas que ha realizado hasta el momento el *Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida de Comunicación* de la ACIN.

Quedó claro que la mayoría de ellas se pueden clasificar y son producto de la combinación de diferentes modelos comunicativos seguidos en nuestro contexto latinoamericano. Estos son:

comunicación para el desarrollo; comunicación alternativa; comunicación para el cambio social; comunicación para la potenciación y comunicación participativa para el desarrollo.

Las estrategias que han desarrollado y que actualmente se tienen estructuradas se basan en esos modelos comunicativos; es vital destacarlo, puesto que las dinámicas sociales y de interacción de este colectivo para generar productos comunicativos e informativos, son muy diferentes a las que se viven en los contextos de diferentes al de las otras comunidades indígenas.

En este trabajo, se pudo acceder a documentos realizados por miembros de esta comunidad y por personas externas a ellos, que permitieron ubicar algunas de sus estrategias; todos coincidieron en que son una combinación de dinámicas comunicativas ancestrales y otras modernas.

Así mismo, estas se pueden encontrar de forma explícita, a manera de postulado de Plan de Vida y como visión concreta del Tejido, en su página web:

Aquí no se centra la atención en los medios tecnológicos, que no desconocemos y que por el contrario acogemos, sino en la fuerza y la riqueza de los saberes culturales, de los sentidos comunitarios, los rituales y los diversos eventos en los que se expresa la alegría de vivir y desde donde nace la resistencia para seguir viviendo. Por lo tanto, articulamos tanto medios (radio, Internet, impresos, video) como formas de comunicación comunitarias (asamblea, minga, etc.) que nos permiten hacer un trabajo complementario para informarnos, reflexionar, debatir, proponer y tomar decisiones en un ejercicio de democracia y autonomía.¹⁶

16 Tejido de Comunicación y Relaciones externas para la verdad y la vida. Verificado: 21/11/2016. Disponible en: <http://www.nasaacin.org/galeria-de-imagenes/7-productos-de-la-comunidad/detail/60-10?tmpl=component> (Acceso 1 de julio de 2012).

Teniendo en cuenta lo anterior, lo investigado y planteado en otras investigaciones, las estrategias son:

- Talleres comunicativos: estrategia de comunicación comunitaria en la que se reúnen para el intercambio de información, aprendizajes y postulados, con la coordinación del Tejido.
- Mingas de pensamiento: estrategia de comunicación comunitaria interpersonal que busca el intercambio de pensamientos, ideas y reflexiones sobre diferentes asuntos, en especial sobre su comunidad y entre los miembros de la comunidad.
- Comunicación comunitaria: estrategia que permea a todas las demás y es su hilo conductor, ya que todas están basadas en los postulados y tendencias que esta ofrece en sus diversos modelos.
- Comunicación vertical, horizontal, en red: se interpretó que la comunicación vertical se desarrolla hacia el exterior, en donde la ACIN, emite sus postulados y fija sus posiciones sin esperar ningún tipo de retroalimentación que pretenda modificar sus posturas. Esto se pudo observar en la página web y en los documentos que exponen sus ideologías. También se pudo interpretar que la comunicación vertical se desarrolla en interacciones que se dan en talleres y mingas, en donde la palabra de los mayores (ancianos, adultos mayores) es muy respetada y casi que se convierte en un mandato. La comunicación horizontal también se detecta en los medios tradicionales que usa la ACIN.

Por su lado, la comunicación horizontal se podría inferir, es la más usada sobre todo en talleres, mingas y en movilizaciones, teniendo en cuenta que es la estrategia comunicativa que promueve y motiva la comunicación comunitaria.

La comunicación en Red busca construir y fortalecer redes con otros pueblos indígenas, personas y organizaciones en ámbitos nacionales e internacionales a través de Internet; en esta parte la página es vital. También busca tejer lazos de unidad y solidaridad entre los pueblos indígenas de Colombia y del mundo.

- Uso de los medios de comunicación tradicionales: radio, televisión, medios impresos.

Radio: Este colectivo cuenta con la emisora Radio Pa'yumat con la cual se informa, convoca, incentiva a la movilización, se reflexiona y dialoga (programas Mesa de Diálogo y Kueta Susuza).

Televisión: aunque no cuentan con un canal, el uso de los audiovisuales para el Tejido es vital, ya sea como herramienta de registro de sus hechos o acontecimientos o como instrumento de enseñanza a través de la realización de videoforos. También, el registro continuo por medio del video de sus actuaciones, ha permitido que algunos medios nacionales e internacionales den a conocer desde sus miradas lo que ellos hacen.

Impresos: cuentan con la revista *El Carpintero*, en la que se da a conocer la realidad que viven las comunidades, pero también se comparten análisis sobre temas de fondo, de intelectuales, académicos, miembros de la ACIN y líderes de movimientos sociales y populares.

Gracias a lo encontrado hasta el momento en este trabajo investigativo, se podría afirmar que las estrategias desarrolladas por el Tejido de Comunicación se articulan unas con otras: las que vienen de épocas ancestrales para fortalecer la comunicación y la información dentro y fuera de la comunidad, las que vienen con la humanidad de una época para acá generadas por los medios tradicionales, que se han convertido en hilos que informan, convocan y movilizan, y las de hoy, representadas por la Internet, que ayudan a la conexión con el mundo y a la visibilización de manera ágil y efectiva.

Propósitos, usos, públicos y características del sitio web

La investigación, debido a la aplicación e interpretación de la ficha (ver anexo 1), a la revisión profunda del sitio (ver algunas imágenes dentro de este apartado y en el anexo 2) y a lo

encontrado en otras investigaciones, logró determinar lo siguiente sobre los propósitos, usos y el público al que va dirigida.

Como se podrá observar, ciertos indicadores y algunas de las características no se cumplen o no se desarrollan totalmente, esto no significa que la página web de la ACIN no sea usable, más bien, lo que se podría inferir es que, como se dijo anteriormente, para las comunidades indígenas determinados parámetros o indicadores de un producto digital son diferentes o no son relevantes, como sucede en otros sistemas comerciales o públicos, a los que si se les da un valor muy alto. Así mismo, se corrobora que para esta comunidad lo que más le interesa es hacer circular la información de una manera eficiente, más que cumplir con ciertas características de usabilidad.

En este punto, es importante aclarar que la recolección de la información de las características del producto digital, a través de unos parámetros o estándares establecidos a nivel internacional, no está basada en ningún tipo de metodología de redacción o investigación en especial. En la ficha, como se podrá observar, el lector hallará enunciados planteados de forma general y preguntas abiertas, las cuales permitieron exponer los datos que se encuentran en la página. Lo anterior, básicamente responde a la fusión de varias fichas o propuestas de diagnósticos de usabilidad, que permitieron exponer la información detectada de la página de la ACIN de una forma más extensa, detallada y argumentada.

Claridad de objetivos o propósitos

Objetivo(s) general(es) y objetivos secundarios del sitio web

El sitio web no tiene objetivos creados, o al menos no se exponen literalmente; en ninguna parte se describe la misión o el objetivo principal y tampoco los objetivos secundarios. Al usuario le correspondería inferirlos a medida que navega.

Se deduce que el objetivo principal sería: informar sobre la ACIN, su estructura, historia, acciones y dinámicas, y visualizar su realidad y su posición ante hechos sociales y políticos que los afectan.

Los objetivos secundarios se buscan y se deducen de revisar el tipo de contenidos ofrecidos en el sitio web, serían:

- Divulgar información textual y multimedial relevante sobre la ACIN y sus dinámicas sociales, culturales y políticas históricas y actuales.
- Compartir con la comunidad nacional e internacional noticias sobre la comunidad Nasa y sobre los pueblos indígenas de América.
- Visibilizar la situación social, política y cultural de los pueblos indígenas del Cauca y de América.
- Dar a conocer sus comunicados, posiciones y declaraciones ante temas de actualidad social o política que los afecta.

Toda interfaz debe comunicar de manera inmediata su propósito, objetivos y funciones. El sitio está fallando porque no le está brindando información necesaria al usuario para saber qué puede hacer y qué va a encontrar en la página. La usabilidad en este punto se ve afectada porque de entrada, no va a saber para qué le puede servir el sitio y qué utilidad le brinda a los visitantes (Dillon y Morris 1999), y también se ve disminuida la dimensión ética de la usabilidad (mencionada por Hassan y Ortega 2009) que tiene que ver con la creación de diseños usables que mejoren la calidad de vida de las personas.

El hecho de no informar al usuario de qué se trata la página, hace que este pierda tiempo buscando algo que es posible no va a encontrar, si se le informa de qué se trata la página, el ciberlector sabrá si continua o se sale.

¿Cuál o cuáles objetivos o propósitos está cumpliendo?

Como se aclaró en el punto anterior *no* existen unos objetivos o propósitos literalmente expuestos, se podría decir que están implícitos y que el usuario los debe inferir. A pesar de esto, para el análisis se definieron unos aspectos globales a analizar: las finalidades políticas, las comunitarias, las culturales.

Propósito político. Sí se cumple. Aunque no se explícita por ninguna parte, se puede inferir por los contenidos que se exponen, que tiene la intención, como todas las estrategias comunicativas de la ACIN, de mantener, promover y visibilizar su Plan de Vida, el cual se interpreta como “la política de los pueblos indígenas, sentida y expresada como forma colectiva de definir el destino de todos y todas, la articulación entre intereses particulares e interés colectivo, la cooperación y la solidaridad para quebrar el clientelismo, y la corrupción y el logro de una gestión pública que, alimentada por la participación, contribuya a mejorar la calidad de vida” (Almendra 2009:48).

Eso se comprueba porque el sitio web ofrece declaraciones, comunicados y contenidos informativos en los que sienta su posición sobre algunos sucesos sociales y políticos de la realidad colombiana e incluso internacional, en los cuales deja ver su posición frente a ellos. Por ejemplo, ofrece, entre otras, una declaración sobre su posición frente a la firma del Tratado de Libre Comercio –TLC– por parte del gobierno colombiano, expresando que el Congreso Indígena y Popular está en desacuerdo porque, según ellos, lo que busca el tratado de libre comercio es dismantelar los derechos conquistados a través de siglos de resistencia, niega nuestros derechos fundamentales, actúa en contra de la soberanía del país y del bienestar de sus ciudadanos y a favor de intereses privados y externos, mientras reprime, criminaliza, difama y persigue a las organizaciones indígenas, a sus líderes y comuneros.

Otro ejemplo, que confirma este propósito de forma muy obvia, se puede encontrar en otra posición y declaración llamada ‘Propuesta política de los pueblos’, en esta básicamente se expone su orientación política y estratégica básica para la minga y la movilización.

Propósito comunitario. Por el contenido que ofrece, se puede interpretar como una estrategia comunicativa que busca generar movimientos humanos y dinámicas sociales, de cambio y de desarrollo; *sí* se cumple este propósito.

Se interpreta que este sitio es un intermediador de algunos procesos desarrollados por la ACIN y sus actores. En esta página y sus contenidos puede evidenciarse un enfoque hacia el ser humano, lo político y sobre todo hacia la movilización indígena y social en general.

Ejemplo de esto es que el sitio ofrece un buen número de audios, en su sección ‘Multimedia’, provenientes de Radio Pa’yumat, como uno denominado ‘Minga comunitaria’, en el que se explica cómo los indígenas del norte del Cauca, se dan cita en una minga para exigir al gobierno que cumpla con la compra de tierra, acuerdo que el gobierno ha incumplido desde 1991.

Otra muestra de este propósito es un comunicado publicado en la sección ‘Documentos Nasaacin’, que expresa la inconformidad de los miembros de la comunidad de Corinto (municipio ubicado en el norte del Cauca) sobre ‘los abusos de los que vienen siendo víctimas por parte de la Compañía Energética de Occidente’.

Propósito cultural. Sí, hay que aclarar que en este caso, lo cultural se enfoca hacia la publicación continua de noticias e informaciones sobre la cultura indígena Nasa, sobre su historia, sobre sus creencias, cosmovisiones y sobre personajes que han marcado la historia Nasa y de la ACIN.

No obstante, y aunque el concepto mismo de cultura es bastante polisémico, se podría decir que el sitio web desaprovecha la oportunidad para dar a conocer las manifestaciones y las

evidencias físicas o materiales propias de sus saberes, creencias y pautas de conducta; de su folclor, de sus ideologías y cosmogonías, pues hay pocos al respecto.

Por ejemplo, en la galería fotográfica, entre los más de 60 álbumes que hay, sólo dos se refieren directamente a la ‘cultura’: Actividades Culturales (son 6 fotografías) y Comunicación, Identidad y Cultura (con 12). El resto, aunque si bien muestran actividades que no dejan de ser culturales, tienen otras intencionalidades, pues muestran las mingas, las marchas y otras actividades puntuales.

Propósito informativo. Sí, En la página de inicio se publican ‘Noticias de último momento’, además el sitio posee una sección de novedades, ubicada en la parte izquierda de la cabecera, en la que se comparten a diario noticias sobre la ACIN, sobre los territorios Nasa, sus habitantes y sobre indígenas de otras latitudes. También, se comparten datos sobre el conflicto colombiano. Algunas noticias que pueden servir de ejemplo son las siguientes:

- En la sección ‘Noticias de último momento’ (página de inicio): ‘Mauricio Girón, devuelta a la Madre Tierra’, artículo que informa sobre la despedida que le hizo la comunidad a un líder de la Junta de Acción Comunal del resguardo de Jambaló, asesinado el 20 de enero de 2013.
- En la sección de ‘Noticias’: ‘El territorio como espacio emancipatorio’ informa cómo los movimientos de base territorial, rurales y urbanos, integrados por indígenas y afrodescendientes, campesinos y sectores populares, jugaron un papel decisivo en la resistencia y deslegitimación del modelo neoliberal.

Propósito de proyección nacional. Sí, el sitio está dirigido en un porcentaje más alto, a públicos externos que hacia la comunidad Nasa. Esto lo confirman los contenidos que son de carácter general sobre la ACIN y el pueblo Nasa. También lo ratifica Almendra:

La página es ante todo una ventana hacia afuera, para dentro es la radio”. Con esto se aclara que el Tejido de Comunicación de la ACIN, cuenta con estrategias comunicativas en otros medios, estrategias comunicativas cara a cara milenarias, dirigidas a su comunidad interna que cumplen otra función y que han sido pensadas, estructuradas para sus comunidades (2009: 68).

En la sección ‘contexto colombiano’, ubicada en la página de inicio, se pueden encontrar noticias sobre el país que adquieren interés nacional para determinadas personas, comunidades y colectivos. Algunos titulares de estas: ‘Gobierno debe retractarse en caso de San José de Apartadó’; ‘Planteamientos de los procesos y comunicadores indígenas al MINTIC’; ‘Buenaventura: nuevas amenazas de desplazamiento a los indígenas Wounaan del Bajo San Juan’; ‘De Santurbán al Tayrona’.

Propósito de proyección internacional. Sí, la justificación es la misma que la anterior. Aún así, se están perdiendo de fortalecer este propósito de incursionar y proyectarse a nivel internacional en países que no hablan castellano, ya que el sitio está redactado sólo en español. Eso significa que la proyección internacional se limita a los países que comparten esa misma lengua.

Es importante mencionar que al parecer, la intención de usar otro idioma si se ha proyectado con anterioridad. Almendra (2009:58), comenta algo al respecto: “Pero los principales lectores son externos nacionales e internacionales. Se está trabajando en la versión en inglés en la página”.

Propósito de visibilización. Sí. Con este sitio se busca visibilizar la situación social, la problemática de los indígenas Nasa y de los indígenas en general. También, pretende hacer visible al mundo su cultura, sus cosmovisiones, sus ideologías, su proceso político organizativo, encaminado a fortalecer los planes de vida y la resistencia pacífica de las comunidades.

A continuación, se exponen algunos ejemplos que comprueban lo anterior. Hechos que los medios comerciales no publican y

que para ellos es pertinente visibilizar, se ubican en la sección 'Nuestra palabra Kueta Susuza' (en la página de inicio): 'Fin de cese al fuego: las Farc asesinan a líder indígena en Jambaló'; 'Cauca: posesión de la autoridad tradicional del cabildo del resguardo indígena Munchique-Los Tigres'; 'Asesinado exconcejal del municipio de Jambaló-Cauca'; 'Preocupación por la detención del coordinador de la Guardia Indígena de la ACIN'.

Propósito de ciberactivismo. Sí se cumple. Se podría decir que en determinados momentos el sitio se usa para estrategias que se pueden incluir dentro de las dinámicas del ciberactivismo, por ejemplo, se usa para la discusión de temas de actualidad como el conflicto de nuestro país, también se usa para la movilización indígena local, nacional e internacional, para la realización de marchas pacíficas en busca de algún tipo de reconocimiento por parte del Estado colombiano.

Algunos ejemplos de este propósito. En la página de inicio, sección 'Noticias de último momento' se ubica el artículo titulado 'Llamado a desmilitarizar el territorio Mapuche': en este documento se apoyan los actos realizados por los Mapuches en Chile, también se llama a la solidaridad con esta comunidad indígena, en el mismo sitio, sección Vivencias Globales, se encuentra el documento '¡Idle no more!', en este se apoya y se reivindica el compromiso de la ACIN, en este tipo de procedimientos, en este caso la huelga de hambre de una activista canadiense, Theresa Spence, por los derechos de los indígenas canadienses.

Otros documentos que demuestran el cumplimiento de este propósito son: 'Petróleo y minería socavan la tranquilidad en América Latina'; 'Ni un paso atrás: Ni guerrilleros ni militares en el Cauca' y 'Académicos se declaran en contra de la minería'.

¿El propósito u objetivo del sistema es claro y obvio? ¿Con un simple vistazo se sabe para qué sirve?

No. En ninguna parte del sitio web se evidencia el propósito u objetivo de esta propuesta. Esto hace que el usuario no sepa de forma explícita para qué sirve esta página web. Todo esto

implica pues, un mayor esfuerzo interpretativo por parte del ciberlector, quien tendrá que recurrir a sus conocimientos previos sobre páginas similares y a experiencias previas para tratar de inferir el objetivo, el cual, podría no ser el planteado por el emisor de esta página, lo que llevaría a malos entendidos o que sencillamente, se pierda la verdadera intención comunicativa del sitio. Por otro lado, el usuario deberá revisar un buen porcentaje de la página, incrementando el tiempo de uso, sólo para por fin interpretar el verdadero propósito de la página. Sobre este punto Carvajal y Saab, exponen la siguiente directriz:

Las necesidades concretas de la organización y lo que esta espera conseguir a través del sitio web se ven plasmadas en los objetivos. Serán estos, en armonía con las necesidades de los usuarios, los que guiarán todo el proceso de conceptualización, diseño e implementación del portal. Los objetivos serán también los que en el futuro permitan realizar una evaluación del éxito del portal web, por esta razón, se debe asegurar que sean formulados de una manera clara, concreta y sin lugar a ambigüedades (2010: 20).

En el caso de existir más de un objetivo, ¿estos están relacionados con el objetivo o función global del sitio y establecen coherencia entre ellos?

Sí. Son varios los objetivos no explícitos, los cuales son coherentes entre ellos y ayudan, a pesar que no están explicitados, a la función global del sitio.

¿Se muestra de forma clara qué contenidos y servicios ofrece el sitio web?

Sí. Son fáciles de encontrar los contenidos y los servicios, ya que sus letras se destacan por sus colores y tamaños. Además, algunos contenidos o servicios se acompañan con imágenes que captan la atención del usuario. Aunque se presentan algunas dificultades para encontrar las fotografías que ofrece el sitio, ya que no tienen etiquetas para guiar al usuario.

¿Se muestran de forma clara las funcionalidades y acciones que el usuario puede llevar a cabo con el sitio? Sí. Las acciones y funcionalidades que se ofrecen son las más comunes de las páginas web y esto permite que se muestren de forma sencilla, pero muy práctica.

Públicos

Públicos primarios. Quedó claro con la aplicación de la ficha, que implicó un conocimiento profundo del sitio y también la lectura de un texto de Almendra (2009), para comprender que el público al que va dirigida, en primera instancia, es a un público adulto, externo a la comunidad Nasa: asociaciones de Derechos Humanos, entidades que protegen esos derechos y la libertad de expresión, medios de comunicación nacionales e internacionales, redes de pueblos indígenas, académicos de áreas sociales. Esto también se puede comprobar en los propósitos de la página y en los usos de esta.

La página busca ante todo informar y exponer al exterior, hechos y postulados relacionados con los Nasa y la ACIN, y esto no le interesa a todo el mundo. La intención de la página no es entretener a públicos juveniles o a adultos en busca de ocio. Esto es importante tenerlo muy claro porque de esta forma se puede entender por qué la página se diseñó, construyó y funciona así.

En cuanto a los públicos secundarios, se logró establecer que es en especial la comunidad indígena Nasa. Almendra (2009:43), aportó en la determinación de este público: “La página es ante todo una ventana hacia fuera, para adentro es la radio. [...] La gente de la comunidad la consulta a veces y cada vez ha ido aumentando la consulta sobre todo en los centros educativos de los resguardos donde hay Internet [...]”. Se podría pensar también, que otro motivo de la sencillez de la página, en muchos de sus factores esenciales, es que está dirigida, así sea en segundo plano, a su comunidad, la cual como todos sabemos presenta muchas deficiencias en dominio de la tecnología.

Públicos secundarios. Otros públicos secundarios: miembros de otras comunidades indígenas del Cauca, el Estado colombiano, empresas privadas y públicas, sindicatos.

Prescriptores evidentes del público primario. Aunque no se mencionan, se podría inferir que son: Organizaciones No Gubernamentales –ONG–, instituciones y personalidades internacionales que defienden o promueven los Derechos Humanos, el Derecho Internacional Humanitario y el activismo social.

Homologadores. Se menciona que la red social Afrodescendientes¹⁷ apoya el sitio. Esta tiene como misión ayudar a las comunidades más pobres y vulnerables y recobrar la esperanza por un mundo más justo.

Características del sitio web

Eje creativo

No se evidencia o se expone un eje creativo con un sentido narrativo que articule los contenidos que se exponen en el sitio web. Se detecta que está compuesta por varias piezas, cada una con una temática específica relacionada con su objetivo principal. Aunque pareciera que tratan de usar el logotipo y la frase '*Cxhab Wala Kiwe*, Territorio del gran pueblo', no lo emplean como eje creativo, sino marca de referencia del sitio.

Arquitectura y navegabilidad

El sitio presenta una estructura *jerárquica* o de *árbol*, que para Moreno significa:

El usuario navega a través de las ramas de la estructura de árbol que se forma dada la lógica natural de contenido. Organiza la información en jerarquías

17 Red social Afrodescendientes. Disponible en: <https://afrodescendientes.com/> (Acceso 1/11/2012).

estrictas. Cada sección capital contiene un conjunto distinto de subsecciones. Las conexiones entre las secciones principales no están permitidas (2002:38).

Descripción de secciones y subsecciones. Entre las principales están:

a. Inicio/página de inicio: contiene los vínculos a las diferentes secciones del sitio, es un espacio que se modifica constantemente, ya que son noticias las que se publican. Se encuentran las siguientes secciones:

- Noticias de último momento: exponen las noticias más recientes sobre los pueblos indígenas en general y sobre los indígenas del Cauca (se combina texto, fotografía y algunas veces se incluye un vídeo).
- Nuestra palabra Kueta Susuza: se exponen noticias o hechos exclusivamente de y sobre miembros de la ACIN.
- Contexto colombiano: se exponen noticias de Colombia, relacionadas con los pueblos indígenas, el medio ambiente, el conflicto armado, el tema rural, entre otros.
- Vivencias globales: se comparten noticias del mundo, también sobre asuntos indígenas de otros países, medio ambiente, derechos humanos, etc.
- Comunicados y Documentos Naşa ACIN: se encuentra separada de las anteriores secciones por una línea divisoria. Como su mismo nombre lo indica, en esta se publican comunicados y documentos importantes provenientes de la ACIN, todos acompañados por el logotipo de esta Asociación de Cabildos Indígenas.
- Radio Pa Yumat: en esta sección, ubicada debajo de la anteriormente mencionada, se comparten los audios más importantes que se han emitido en esta emisora de la ACIN; cada audio está acompañado por un texto que resume y orienta al usuario.

b. Estructura ACIN: en esta sección se enfoca en explicar y describir la ACIN. Contiene las siguientes secciones:

- Nuestra Historia: en esta se expone la historia de la ACIN. Es un contenido permanente que casi no se modifica, ya que lo que busca es informar al ciberlector sobre esta colectividad.
- ACIN-CXAB WALA KIWE: en esta parte se profundiza sobre la ACIN, se exponen los cabildos que conforman los siete proyectos comunitarios de la zona, también se habla sobre la ubicación de su territorio y se explican qué son las autoridades tradicionales.

c. Noticias: es la sección en la que se concentran todas las noticias de este sitio.

- Noticias, comunicados y documentos: algunas de estas informaciones se retoman de la página principal. Se destaca que no se establece una clasificación o diferenciación de cuáles son comunicados, cuáles noticias y cuáles documentos; los textos aparecen juntos, cada uno con su titular y acompañado por fotografías o imágenes. Se detecta un pequeño caos en la exposición de la información, ya que como se dijo anteriormente, no se establece una distinción de la información.

d. Multimedia: en esta se pueden encontrar el contenido multimedia del sitio y se destacan las siguientes secciones:

- Audios de Radio Pa Yumat: se despliega un listado con los títulos de los audios, también se encuentra una aplicación que permite filtrarlos. Al lado derecho en la parte superior se ubica un pequeño recuadro que permite acceder a: Galería de fotografías; Galería de Vídeos; Audios Radio Pa Yumat; Informativo Kueta Susuza y Documentos NASAACIN.

- Galería de fotografías: en esta sección se exhiben un buen número de fotografías de diferentes hechos de esta comunidad indígena. Falta etiquetar las fotografías para procesos de búsqueda por parte del usuario, tampoco se ha contextualizado las galerías de fotos, con un pequeño texto.
- Galería de videos: sección usada para la muestra de videos sobre actividades relevantes de esta comunidad. Es clave resaltar que los videos están presentando problemas para cargar usando el Explorer y Crome, con el Mozilla no se presentan. También los videos carecen de etiquetas que permitan su ubicación.
- Informativo Kueta Susuza: no se pudo acceder a esta sección presenta un error en su carga, se intentó ingresar con el Explorer, Crome y el Mozilla.
- Documentos NASAACIN: sección en donde predominan manifiestos, comunicados, cartas abiertas y otros documentos relacionados con temas de tipo social y colectivo. Otra vez, se hace evidente la necesidad de un texto que contextualice al ciberlector sobre lo que puede encontrar ahí y sobre la intención de esta sección.

Las secciones secundarias o complementarias son:

- Escuela de comunicación: se informa sobre el inicio de esta, se comparten videos, audios, noticias sobre la escuela, video conferencias, galería fotográfica y documentos de la escuela de comunicación. Ubicada en un segmento inferior de la página principal.
- Enlaces de interés: se comparte información que se interpreta es relevante sobre el colectivo mediante enlaces con títulos que orientan al lector sobre el tema: '25 años: memoria de Álvaro Ulcué'; 'Buscan silenciar las conciencias'; 'Corteros por la dignidad'; 'Tejido de Comunicación: ganador del Bartolomé de las Casas'. Ubicada también en la parte inferior de la página de inicio.

- Historiales y archivos NASAACIN: se expone el historial de noticias sobre NASAACIN; Historial informativo Kueta Susuza, Historial de Audios Radio Pa Yumat e Historial de documentos NASAACIN. Ubicada también en la parte inferior de la página de inicio.
- Posición y declaraciones: en esta sección complementaria se exponen las posturas políticas, sociales, comunitarias y la ideología de la ACIN, a través de enlaces a documentos. Ubicada en la parte superior derecha de la sección 'Estructura ACIN'.
- Adquiera nuestros vídeos: esta es una subsección dedicada a ofrecer la venta de los vídeos que ha realizado el Tejido de Comunicación, se exponen los títulos, una pequeña reseña y una fotografía que orienta al lector sobre la temática del audiovisual, igualmente, se informa sobre los costos del material. Ubicada en el segmento del medio de la página principal, en la parte inferior de este espacio.

¿Es conveniente este tipo de estructura para los propósitos del sitio web?

Sí. Es una estructura sencilla, práctica, permite la movilidad del usuario sin perderse porque siempre se tiene visualizado en qué parte se encuentra gracias a una línea roja que 'subraya' la sección en que uno se encuentra.

¿Es conveniente este tipo de estructura para el tipo de público objetivo?

Sí. La estructura permite al lecto-autor escoger los temas o la información que más le interese, es una estructura que le da más relevancia a la información que al diseño complejo e innovador que a veces hace que el usuario se distraiga. Como se pudo observar en el sitio, son pocos los contenidos, lo que permite la implementación de esta estructura de una forma adecuada.

¿En la estructura se consideran los prescriptores? ¿Hay secciones/contenidos específicamente para ellos?

Sí. Aunque no se explicitan en la página. Teniendo en cuenta que es un sitio que busca visibilizar una asociación indígena, un pueblo indígena, con sus problemas, sueños, cosmovisiones, *si* se ha considerado a los prescriptores como usuarios muy pragmáticos, que *van a lo que van*, es decir, buscan la información que necesitan de una forma descomplicada y práctica. Existen secciones como la 'Estructura de la ACIN' y la 'Historia de la ACIN', que están pensadas y creadas para los suscriptores. Así mismo, contenidos como los que se encuentran en los audios de Radio Pa'yumat, son muy apetecidos para las ONG y otras colectividades indígenas o sociales.

¿Hay limitaciones en la estructura?

Sí. Aunque es sencilla, no permite encontrar fácilmente contenidos dentro de las subsecciones. Por ejemplo, un álbum de fotos específico o un vídeo en la galería multimedia.

Tipo y descripción de la interfaz

La interfaz de la página es tipográfica, presenta las selecciones en forma de texto escrito. Presenta una diagramación sencilla, fácil de entender, con una estructura lógica de navegación que se mantiene en todas las secciones principales y secundarias. Los párrafos se encuentran bien distribuidos, no son muy extensos, lo que permite una lectura agradable y rápida en las noticias. Cada noticia o información está acompañada con un párrafo introductorio o de contextualización que ubica al ciberlector en el tema. Maneja un interlineado sencillo que permite una buena legibilidad y una interacción agradable con los textos. La imagen se utiliza sobre todo para acompañar textos, se ubican la mayoría de las veces debajo del título y encima del texto resumen, ninguna de las fotos se utiliza como enlace.

Tipografía empleada: fuente, tamaño, color, efectos, jerarquías de los textos, entradillas, capitulares, destacados. Se usa el tipo de letra Arial Narrow, con un tamaño de once puntos, los títulos de las noticias y de los diferentes contenidos están en mayúsculas, en la página de inicio y en la sección Estructura

ACIN están en rojo, en la sección Noticias están en gris y negro. En la sección Multimedia, los títulos de los artículos en audio están en rojo en altibajos. Los textos no presentan ningún tipo de efectos, la jerarquía que se presenta entre los textos es muy básica, mayúscula para los títulos de las secciones y los títulos de las noticias y documentos. Las noticias y los documentos no poseen entradillas, tampoco se usan destacados, ni letras capitales en los textos.

Escoger este tipo de letra, se puede decir, es una buena decisión ya que aporta a una buena lecturabilidad del sitio. Se considera que el uso de un tipo de letra Arial, que es del tipo *sans serif*, es el más adecuado, ya que las letras 'serif', con sus remates en los extremos, aparecen menos definidos en las pantallas de los computadores y lo que hacen es dificultar la lectura.¹⁸

Se destaca el uso de fuentes negras u oscuras en todos los textos de las secciones, contrastadas con el fondo blanco, también usado en la totalidad del sitio. Lo anterior también ayuda a la usabilidad, lecturabilidad y accesibilidad. Se observa también el uso de negritas en un buen porcentaje de los titulares de las noticias y títulos de secciones y documentos. Este recurso también es considerado como algo positivo ya que aporta al énfasis de palabras, resalta puntos clave o frases importantes. La implementación de esta estrategia ha ayudado a que en esta página, el usuario realice procesos de revisión de contenidos de una forma más rápida y ayudan a una mejor comprensión de los textos.

El uso de las mayúsculas ha sido acertado, ya que se han empleado, para palabras cortas y títulos, debido a que no son recomendadas para textos largos.

Iconicidad de la imagen: color, tamaño, tipo de imagen (ilustración, fotografías, vectores, esquemas, video, animación). En el sitio se observa el siguiente tipo de imagen: predomina

18 Verificado: 10/10/2016. Disponible en: www.guiawebmaster.com (Acceso 4/01/2012).

la fotografía, se ubican algunas ilustraciones que guían al ciberlector para escuchar los audios, en la sección multimedia hay videos, no se encontró ninguna animación. Las fotografías son pequeñas (oscilan entre 200x120 a 285x161), el tamaño se mantiene en toda la página, son a color. En todas las secciones se mantiene una galería de fotos (7 fotos), en estas se destaca la figura humana, sólo una tiene una foto de la naturaleza. Las ilustraciones también son pequeñas a color.

En cuanto al uso del logo de la ACIN, es una imagen que llama la atención en la que se observa un bastón de mando, usado por los guardias indígenas y símbolo de poder y control de estas personas. También, se observa la naturaleza que hace alusión a la madre tierra, tan importante para los pueblos indígenas, y se puede detectar también un tejido que encierra una parte del logo, el cual también significa mucho para los Nasa.

Es importante resaltar que quizá se está dejando de aprovechar toda esa riqueza visual y simbólica que ha generado esta comunidad a través de su historia en la página, ya que el logo siempre se utiliza sólo en el encabezado y se ubica sobre algunas noticias, pero sin ningún peso o connotación que trascienda a otras culturas.

Además, se cree muy conveniente que se le explique al usuario el significado de este logo, que para ellos, más que una marca corporativa, simboliza su Plan de Vida ancestral.

Se resalta que el hecho de ubicar el logotipo de la ACIN, durante toda la navegación de la página siempre en la parte izquierda del encabezado, es algo muy positivo para la interfaz creada para el usuario, sobre esto Carvajal y Saab (2010:46) comentan lo siguiente: “Hay estándares que se imponen por la reiteración en el uso. Se le denominan ‘estándares de facto’. Uno de ellos es la ubicación del logotipo que identifica un sitio web, que en Occidente se impuso en la parte superior izquierda”.

Colores predominantes: ¿cuándo son utilizados?, ¿cuándo cambian? y ¿cuál es su intensidad? En todas las secciones en el fondo se observa el color blanco, detrás de este, hay un fondo

color mostaza, con figuras de indígenas con bastones de mando. No cambia; se mantiene en toda la página. La intención de un fondo blanco quizá es mostrar un producto sobrio, tranquilo, sencillo; importante, ya que permite resaltar el contenido. También, para Serrano (2011) el blanco simboliza, pureza, fe, la paz, la alegría y la pulcritud, se le asocia con la frescura y la limpieza. Se afirma también que es muy útil para mostrar o resaltar otros colores y dar la impresión de sencillez y limpio. Una desventaja es que se puede considerar un color frío y distante.

La intención del fondo color mostaza con imágenes de indígenas, es resaltar quizá la naturaleza, su fuerza y el contacto que tienen estas comunidades con esta. Igualmente, se busca contrastar con el fondo blanco de los contenidos.

De igual forma, para Serrano (2011), el verde representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura. Simboliza la esperanza y se utiliza para neutralizar los colores cálidos. El verde actúa como relajante y calmante. El fondo se mantiene constante en toda la estructura de la página, lo mismo sucede con la fuente y la distribución general de cada página.

Una ventaja que se maneje el fondo como lo ha hecho este sitio, es que permite una buena impresión y también da al usuario la posibilidad de ubicar fácilmente titulares, palabras cortas, frases, contenidos, etc.

Conveniencia de la interfaz: ¿Es conveniente este tipo de interfaz para los propósitos del sitio web? Sí. El sitio posee una interfaz sobria y sencilla, estética, bien presentada, limpia, clara, entendible, y aunque le falta ser más atractiva, las facilidades de uso son amplias. Si es conveniente este tipo de interfaz ya que los propósitos del sitio son resaltar más la información, darle mucha importancia a los contenidos e imprimirle mucha seriedad y sobriedad a las informaciones y noticias que comparten.

¿Es conveniente este tipo de interfaz para el tipo de público objetivo? Sí. Es una página dirigida a un público adulto que busca informarse sobre la comunidad Nasa, la ACIN y los

indígenas en general, no creo que busque entretenimiento. La página entonces ha creado una interfaz pensada para un público serio, bien formado, que le de relevancia a la información que contiene la página. La interfaz si es conveniente porque desarrolla sus interacciones a través de los contenidos bien estructurados, fáciles de leer, entendibles y con una tipografía sobria, pero efectiva.

Usabilidad y otros factores relacionados (operatividad, optimización del tiempo, productividad, robustez, satisfacción de los usuarios, seguridad y velocidad)

¿Los usuarios pueden hacer lo que necesitan en el sitio de forma precisa? No. En un porcentaje bajo el usuario puede hacer lo que necesita: leer textos, escuchar audios, observar videos y fotos, interactuar con los contenidos, bajar información, etc. Pero cuando el usuario desea buscar algo en específico, si presenta problemas para acceder a este, ya que el sitio no provee una estructura con una arquitectura y navegabilidad que lo permita, tampoco ofrece un mapa de navegación o una guía para el usuario que le permita hacer lo que necesita en el sitio.

Se podría afirmar que el sitio no está cumpliendo en su totalidad las tres características principales que debe ofrecer una página web (Carvajal y Saab 2010): Eficacia, que tiene que ver con la precisión con que los usuarios alcanzan las metas. Eficiencia: recursos asignados en relación con la precisión y exhaustividad con la que los usuarios alcanzaron sus objetivos. Satisfacción: percepción de agrado y actitud positiva hacia el producto.

Los mismos autores recomiendan, para evitar problemas de usabilidad, una evaluación constante del sitio y la capacidad del equipo encargado del sitio para atender las necesidades de los usuarios. Realizar la evaluación de forma reiterada, permite obtener datos que apoyen la toma de decisiones. Se podría afirmar que el mejor sitio es aquel que evoluciona constantemente a medida que los usuarios lo emplean. También el que aprovecha la información y las estadísticas de uso para incrementar su calidad.

¿El usuario requiere mucho esfuerzo para alcanzar su objetivo? No. Aclarando que algunos espacios del sitio web son fáciles de usar, pero otros no, sobre todo los que se ubican en la sección Multimedia, específicamente las fotos y los vídeos, los cuales presentan problemas en su carga con algunos navegadores. El objetivo principal de un usuario de acceder a la información se cumple en porcentaje bajo, pero cuando busca algo específico se incrementa el esfuerzo.

En este aspecto entonces, el sitio estaría presentando otra debilidad, que es recomendable solucionar pronto. No se está teniendo en cuenta las motivaciones y las necesidades de los usuarios, sobre este aspecto, Carvajal y Saab, recomiendan lo siguiente: “La claridad de las necesidades dependerá de la fidelidad con que se recopilen, es importante tener en cuenta que deben ser fruto de estudiar al usuario sin la interferencia de los intereses de la entidad” (2010: 24).

¿La percepción del usuario frente a la facilidad de uso del producto es positiva? Sí. Es una página amigable y sencilla, pero no cumple cien por ciento con la satisfacción del cliente. Los motivos se han expuesto en los anteriores puntos.

Operatividad: ¿El sitio permite al usuario realizar de forma efectiva sus operaciones? Sí. Son muy pocas las operaciones que ofrece el sitio y se pueden realizar de forma efectiva. Pero, como se explicó en puntos anteriores, algunas operaciones como por ejemplo la búsqueda de un tema o de fotos se dificultan.

Optimización del tiempo: ¿Las acciones realizadas en el sitio se desarrollan rápidamente? Sí. En un porcentaje alto, pero se demora un poco la carga de los vídeos.

Robustez: ¿El sitio ofrece apoyo al usuario en la recuperación de la información y en la realización de las tareas? No. En ninguna parte del sitio se ofrece apoyo o se dan indicaciones al usuario para recuperar información. Tampoco se brinda asesoría para la realización de alguna tarea.

Se debería informar al usuario con cuál o cuáles navegadores funciona mejor la página y sus contenidos, sobre todo los audiovisuales. También, el sitio debería recomendar al usuario si es necesaria la instalación de algún tipo de plugin para visualizar mejor sus vídeos. Podría también informar al usuario de los posibles errores que se le pueden presentar en el sitio en general y detallar sobre todo en errores que se le pueden presentar con los audios o vídeos.

También sería clave exponer algún tipo guía sobre las tareas más importantes que puede realizar el usuario, la forma de hacerlas y los resultados de estas, para que el ciberlector, verifique si las está realizando bien o es el sistema que está fallando.

Los sistemas de búsqueda podrían considerar otra forma de recuperar la información almacenada. En general, se podría considerar como una directriz de usabilidad de una página web, que todo sitio debe proveer un mecanismo de búsqueda y que los mecanismos de bajo costo son, en general, aceptables cuando la colección de documentos es pequeña.

Utilidad del sitio: ¿Los contenidos del sitio son útiles y aplicables? Sí. Se tiene claro que la información que ofrece el sitio no es para todos los públicos. Pero a las personas que les interese la cuestión indígena en el Cauca, en Colombia y en el mundo, la página sí ofrece contenidos útiles, diversos y serios, también son aplicables en contextos académicos, contextos políticos, ideológicos, de ciberactivismo, de movilización social, etc.

Velocidad: ¿Los contenidos del sitio cargan velozmente? Sí. La mayoría, con los únicos que se tuvo problemas para cargar fue con los vídeos de la sección Multimedia.

Accesibilidad

¿El tamaño de fuente se ha definido de forma relativa, o por lo menos, la fuente es lo suficientemente grande como para no dificultar la legibilidad del texto? Sí. La letra es adecuada, permite una legibilidad normal.

¿El tipo de fuente, efectos tipográficos, ancho de línea y alineación empleadas facilitan la lectura? Sí. La fuente Arial Narrow es conveniente y clara. La página no presenta efectos tipográficos que se destaquen. Los renglones usados en la página de inicio son pequeños, en la sección Estructura ACIN, son medianos, en Noticias son renglones pequeños y en la sección Multimedia los renglones son largos. A pesar de estas marcadas diferencias, la página es fácil de leer.

¿Existe un alto contraste entre el color de fuente y el fondo? No. El contraste es moderado, sobre todo en los textos cuyas letras son de color gris, con el fondo blanco. Con los títulos en mayúscula, en rojo y en negrita el contraste el mayor. A pesar de esta situación, la página se lee normal. Se aclara que el sitio podría mejorarlo, ya que un deficiente contraste afectará la legibilidad de los textos, y esto se podría convertir en una barrera de acceso a la información por parte de algunas personas con dificultades visuales.

Se recomienda a los autores del sitio web, que es muy importante conocer cuáles son las reglas más importantes que nos permiten utilizar los colores en los textos que se muestran en Internet. También investigar o capacitarse en temas de contraste (luminancia), sobre los colores adecuados, que sean percibidos como fácil lectura por todo tipo de personas, incluyendo las personas que no perciben los colores o que son daltónicos.

¿Es compatible el sitio web con los diferentes navegadores? No. Se navegó normalmente la página en Chrome, pero los vídeos no cargaron. Con el Explorer se presentan muchos errores en el momento de la carga inicial de la página, y cuando carga no permite su visualización. Con el Mozilla se navega muy bien y cargan normalmente.

No existe entonces una compatibilidad entre los navegadores, lo que puede dificultar el acceso al sitio, ya que la expectativa general al ingresar a una página, es que pueda ser usada con cualquier navegador; para un usuario esto es algo que debe proveer el sitio, no es algo que él deba controlar. Por ello, si no puede ver su sitio correctamente, lo más probable es que va a culpar a la página web, no al navegador, ni al sistema operativo.

Los desarrolladores del sitio de la ACIN, podrían recurrir a herramientas disponibles, algunas gratuitas, para comprobar la compatibilidad entre los navegadores y tratar de solucionar este aspecto. Ahora, si dentro de sus políticas está el de usar o no determinado tipo de navegadores, esto se debe explicitar en su sitio, para que el usuario mejore su experiencia con la página.

¿Puede el usuario disfrutar de todos los contenidos del sitio web sin necesidad de tener que descargar e instalar plugins adicionales? Sí. Como es una página tan sencilla y sobria en el uso de herramientas de diseño o de presentación de contenidos, no fue necesario descargar plugins adicionales en la mayoría de la interacción con la página. Pero se presentaron algunos problemas para la visualización de algunos videos ubicados en la sección Multimedia, que de pronto, con las instalación de algún tipo de plugin, se pudieron haber visualizado.

¿Se puede imprimir la página sin problemas? Sí. La página y la mayoría de los documentos y noticias que contiene, se pueden imprimir sin problemas. Los documentos y noticias incluyen en su parte superior un icono que simboliza una impresora.

¿Se utilizan animaciones no controladas por el usuario? No. El sitio no usa animaciones.

¿Es posible guardar información de la página Web? Sí. La página se deja guardar normalmente, las noticias y los documentos de pueden convertir a PDF y se pueden guardar.

¿Existe un vínculo que permite volver a la página inicial? Sí. Una pequeña barra de navegación, ubicada en la parte inferior del encabezado (parte superior), a la izquierda, expone las secciones en mayúscula. Esta siempre aparece en el mismo sitio en todo el recorrido y ubica al usuario en el espacio que se encuentra mediante una gruesa línea roja que se despliega debajo de la sección. El ciberlector, cuando desea volver a la página inicial, lo único que hace es mirar hacia la parte de abajo del encabezado, ubicar la barra de navegación y pinchar en el enlace Inicio.

¿Es posible aumentar y disminuir el tamaño de la letra? Sí. Con cualquier navegador puede configurar el tamaño de la letra de este sitio. Pero con el más compatible es con Mozilla, con Chrome en menor medida y Explorer presenta una compatibilidad muy baja.

¿La página es accesible para personas con limitaciones visuales, auditivas, motrices, etc.? No. Como la mayoría de sitios web, esta presenta algunas barreras de accesibilidad sobre todo con las personas que tengan algún tipo de deficiencia visual: ceguera (no presenta ningún recurso auditivo o visual que permita la accesibilidad a un ciego), visión reducida (el tamaño de la letra puede ser muy pequeño para alguien con visión reducida) y problemas de visualización de color.

La página tampoco ha sido diseñada para personas con deficiencias motrices, entendida como la posibilidad de movilidad del usuario. Por ejemplo, no se ofrece ningún tipo de dispositivo alternativo para ingreso e interacción con el sitio.

En cuanto a deficiencias auditivas, se recuerda que el sitio ofrece varios audios de noticias provenientes de Radio Pa'yumat, los cuales tampoco se han diseñado o pensado para personas con un problema de sordera por ejemplo, que no podría escuchar nada.

Aunque es importante anotar que “la discapacidad no es el único tipo de limitación que dificulta la accesibilidad de contenidos” (Vanderheim en Hassan y Martín 2003). También, se puede hablar de otras que no tienen nada que ver con las limitaciones propias del individuo, ya que existen otras que tienen que ver con el contexto de uso y del dispositivo de acceso empleado (hardware y/o software). Sobre el contexto, se resalta que la página supuestamente está diseñada para contextos internacionales, pero, como se expuso anteriormente, el idioma se convierte en un limitante para usuarios de otros países que no entiendan castellano. En cuando al software, también se detectó problemas de ingreso al sitio con el uso de navegadores como Chrome y Explorer y también problemas de visualización de algunos videos ubicados en la sección Multimedia, que de pronto requieren algún tipo *plugins*.

Interacción e interactividad

¿Hay posibilidades de interactividad del usuario con el contenido? Sí. La interactividad es posible encontrarla en las siguientes situaciones: los documentos y noticias se pueden compartir en Facebook, Twitter y Google+, también permite enviarlas por correo electrónico e imprimirlas y convertirlas a PDF para guardarlos.

Los documentos y las noticias se pueden comentar, el cuadro de comentarios permite modificar algunos tipos de letra, subrayar, usar negrita, ingresar hipervínculo y añadir emoticones. Las noticias ofrecen la posibilidad al lector de 'leer más'. También, se brinda la opción de pasar las páginas (usando números o Inicio, Previo, Próximo, Fin) para leer más grupos de noticias.

Los audios se pueden escuchar en la página para esto se ofrecen podcast que permiten las acciones de pausar, parar y continuar, igualmente es posible descargarlos. Los audios ubicados en la sección Multimedia, permiten al usuario filtrarlo por 'título de artículo' y también permite decidir el número de artículos a desplegarse

En la galería de fotografías ubicadas en la sección Multimedia, se pueden ampliar y disminuir las imágenes, descargar y también permite avanzar o retroceder la exposición fotográfica. En esta misma galería, se permite al usuario escoger lo que desee desplegar dentro de todo un archivo existente, esto se puede mediante la escogencia de un número o mediante adelantar o retroceder o ir a la última galería (fin).

Los vídeos ubicados en la sección Multimedia, se pueden pausar, iniciar, compartir, disminuir o aumentar su tamaño, pantalla completa y volumen. La galería de vídeos ofrece la posibilidad de escoger los vídeos por temas de interés. El usuario puede compartir la página y se puede registrar. El sitio ofrece la opción de búsqueda de temas o palabras.

¿Hay posibilidad de interacción entre el usuario y la persona o entidad que publica el contenido? Sí. En ninguna sección se ofrece esta opción de forma explícita, pero en la parte inferior se publican los datos de la ACIN (dirección, teléfonos y correo electrónico)

¿Hay posibilidad de interacción entre usuarios del sitio web? No. En ninguna parte de la página se ofrece esta posibilidad. Aunque no es un elemento imprescindible en un sitio, si sería importante ofrecerlo, ya que abre el sitio a posibilidades interesantes de interacción entre los usuarios y esto, de alguna forma, genera nuevas dinámicas de retroalimentación y de discusión de algunos de los temas tratados. También, su implementación permitiría darle más protagonismo al ciudadano/usuario, ya que su voz será conocida por otros y esto genera situaciones democráticas de libertad de expresión.

Por ejemplo, se podría abrir un chat para dialogar sobre noticias publicadas o sobre posiciones y declaraciones de la ACIN, lo que implicaría que se generen unas normas de interacción entre los usuarios. También se podría crear un espacio en el que los usuarios compartan fotos, audios o videos relacionados con el tema indígena o con las actividades propias de la ACIN.

Visualización: ¿El sitio posee un diseño claro y atractivo para el usuario/público hacia el que va dirigido? Sí. Posee un diseño claro, sencillo y cumple con su función de informar. El sitio no es muy atractivo para algunos públicos que buscan plataformas con altos grados de estética, su intención no es atraer por su imagen o presentación; el sitio busca atraer por los contenidos y la información que maneja. Si es atractivo para el público al que está dirigida la plataforma (Otras comunidades indígenas, investigadores, ONG, sociólogos, antropólogos, periodistas, etc)

¿Posee un diseño inequívoco, agradable y entendible? Sí. En un 90% el diseño es fácil de entender, no es complejo, no genera equivocación por su sencillez. En la sección Noticias, si se recomienda mejorar el diseño y la diagramación para que sea más agradable.

¿La metáfora del diseño se comprende fácilmente? Sí. Las metáforas encontradas en la página son muy comunes, no requieren un alto esfuerzo cognitivo, son familiares, sencillas y todas están dentro de las convenciones de nuestra cultura y contexto.

¿El manejo y el diseño de los recursos están bien pensados y construidos, facilitan la captación y el aprendizaje de la información en poco espacio y tiempo? Sí. La página no cuenta con muchos recursos y los que ofrece son sencillos, han sido bien pensados y logran captar la atención del público al que va dirigida. El tiempo de uso y el espacio del sitio es normal.

Visualización

¿La visualización del sitio orienta y guía al usuario, o hace que este se ‘pierda’, se aburra y abandone la aplicación? Sí. El sitio no es complejo, se visualiza bien, es fácil de moverse y la interacción es normal.

Visualización del estado del sistema. Un sistema siempre debe mantener informado al usuario sobre lo que está pasando a través de un *feedback* apropiado en un tiempo razonable.

No. No se informa sobre el estado del sistema. Esto es problemático especialmente en la sección Multimedia. Los encargados de un sitio deben conocer muy bien su sistema de operación y funcionamiento, para crear posibilidades de retroalimentación con el usuario sobre lo que está haciendo y la forma en que lo hace. Se pueden crear algunas ventanas que guíen al ciberlector sobre lo que puede hacer y lo que no. Por ejemplo, en determinada sección sería posible preguntarle al usuario si está intentando escuchar un audio o visualizar un video, y que la mejor forma de realizar esa acción es de determinada manera o aconsejarlo para que la interacción sea mejor.

¿La interfaz del sitio web incluye de forma visible el título del sitio, de la sección o el título de la página? Sí. En toda la navegación por la página, siempre el encabezado está visible, la sección en donde uno se encuentra se aprecia, pero requiere que se destaque más.

¿Se sabe en todo momento dónde está posicionado? Sí. Una pequeña barra de navegación, ubicada en la parte inferior del encabezado (parte superior), a la izquierda, expone las secciones en mayúscula. Esta siempre aparece en el mismo sitio en todo el recorrido y ubica al usuario en el espacio que se encuentra mediante una línea gruesa roja que se despliega debajo de la sección

¿Los vínculos están claramente diferenciados?

Sí. En la página predominan los siguientes tipos de vínculos, los cuales están claramente diferenciados:

- De texto: se usan para acceder a las noticias, a los documentos, los textos, las secciones, para las descargas, acceder a los comentarios, registrarse, ingresar al sitio.
- Vínculo a una dirección de correo electrónico: para establecer contacto con la ACIN mediante su correo.
- Vínculo de imagen: en el encabezado está el logo símbolo de la ACIN, el cual lleva a la página de Inicio. Fotografías que llevan a noticias. Logosímbolo del Tejido de Comunicación que lleva a un texto que explica qué es. Iconos de redes sociales y de sitios de correo electrónico en las noticias y textos que llevan a estos sitios.

Los menús de instrucciones, puntos de entrada de datos y mensajes de error ¿aparecen en el mismo lugar o menú de la pantalla? No. La página no ofrece este tipo de usos, lo que se puede interpretar como una falla ya que está dejando de colaborarle al usuario en aspectos relacionados con el uso del sitio, además no le está suministrando información relevante sobre puntos de entrada y sobre todo, lo ha dejado completamente solo en la solución de los errores que se puedan presentar.

El sitio estaría desconociendo a su audiencia, ya que el diseño no se creó en función de esta. Los menús de navegación se pueden convertir en una importante ayuda cuando se adaptan a las características de los posibles usuarios: edad, nivel cultural, nivel de dominio de Internet, grado de uso de Internet, etc.

Comodidad y flexibilidad. ¿La presentación de los contenidos es familiar o comprensible para el usuario? Sí. Se presentan de una forma lógica, están bien agrupados y distribuidos dentro de las secciones, además no son muy profundos, lo que permite comprenderlos fácilmente y que el usuario no se pierda en los contenidos.

¿Las metáforas e iconos que utilizan son entendibles para el usuario y facilitan la interacción con la interfaz? Sí. Las metáforas e iconos son conocidos y no requieren mayor esfuerzo cognitivo.

¿La interfaz *usa el lenguaje del usuario con palabras, frases y conceptos que le son familiares*? Sí. El lenguaje es claro, concreto, eficaz, lo que permite que el usuario se conecte bien con el sitio.

¿Son consistentes y se corresponden con la realidad los literales de los botones de acción? Sí. El uso de los botones de navegación es mínimo, solamente hay uno que se encarga de mover las noticias de última hora en un recuadro dentro del inicio y hay otro ubicado en la parte inferior de toda la página que ayuda a subir.

¿La información está estructurada con títulos, negritas y viñetas? Sí. Predominan los títulos en negrita. También, títulos en mayúscula y en color rojo, lo que hace flexible y cómoda la lectura.

¿El lenguaje y la disposición de la información son asequibles y de lectura rápida para el usuario? Sí. El lenguaje es sencillo, estilo periodístico: concreto, fácil de entender, los textos son pequeños y no son densos.

¿La estructura y presentación de la información no necesita explicaciones o información adicional para su comprensión? Sí. Algunas secciones y subsecciones requieren de un pequeño párrafo que introduzca al lector en los contenidos que se comparten.

¿Se utiliza el lenguaje en forma directa, no impersonal? Sí. El lenguaje es adecuado y permite una interacción cómoda con el sitio.

Facilidad de aprendizaje. ¿Existen en el sitio mecanismos que faciliten y profundicen el proceso de aprendizaje como talleres, mapas conceptuales, preguntas y respuestas; evaluación y seguimiento, tutoriales y herramientas de navegación y búsqueda?

No. Aunque si existe un motor de búsqueda interno, ubicado en la parte superior derecha de la página de inicio que cumple con una parte de una de las directrices de usabilidad, se afirma que debe existir esta herramienta y que debe ser ubicada preferiblemente en la parte superior derecha (Carvajal y Saab 2010). La directriz afirma que el motor de búsqueda interno debe estar en todas la páginas, y en la página analizada sólo se puede visibilizar cuando se está navegando en el Inicio, lo que hace que se cumpla a medias esta directriz y que se pierda la posibilidad de ofrecer este servicio de forma permanente al usuario.

También, se puede destacar que el motor de búsqueda interno permite realizar búsquedas con términos familiares para los usuarios y contempla errores de digitación. Con esta posibilidad el sitio cumple con otra directriz mencionada por Carvajal y Saab: “Los motores de búsqueda internos deben tener la capacidad de adaptarse a la forma como consultan los usuarios, deben permitir el uso de términos familiares, e incluso contemplar los errores de ortografía y digitación más frecuentes” (2010: 111). Esta posibilidad que ofrece el sitio, aporta mucho a una búsqueda eficaz, sobre todo para usuarios extranjeros que pueden cometer errores de digitación de forma más frecuente, por ejemplo, escribir indígenas Nasa (indígenas sin tilde en la segunda ‘i’ y Nasa, con ‘z’), el motor automáticamente le marca con rojo el texto.

Una desventaja detectada en este punto es que la página requiere de un glosario, en el que se explique de forma exclusiva los términos, palabras, conceptos, simbologías y otro tipo de significados usados por la cultura Nasa e indígena en general. También, que en este espacio se traduzca del nasa al castellano, palabras como Kueta Susuza, Pa’yumat, Nasa y otras que ellos consideren importante traducir por su continuo uso.

¿El sitio ofrece la posibilidad de predecir qué acción realizará un control determinado? Sí. Ya que los controles que se usan son muy conocidos y se encuentran dentro de los conocimientos previos de un sitio web.

¿El sitio permite que el usuario pueda reconocer de forma rápida y clara qué acciones puede realizar? Sí. Las acciones que se pueden realizar son conocidas con anticipación, ya que se realizan en otras páginas, además que las acciones ofrecidas son muy sencillas.

¿El sitio facilita al usuario la posibilidad de reconocer de forma rápida y clara qué acciones son más relevantes? No. El sitio no ofrece esta opción de una forma muy clara ya que no se ven destacados o textos llamativos, pero esto no se podría considerar como algo muy negativo. Sin embargo, en el inicio se destacan las noticias de última hora que pueden convertirse en una acción relevante a desarrollar. Se está perdiendo de guiar al usuario hacia los objetivos y propósitos del sitio, también está perdiendo la posibilidad de resaltar los contenidos que para la ACIN es importante que sean entendidos y aprendidos.

En este aspecto la página de Inicio es muy relevante, ya que puede servir como puerta de entrada para los contenidos más valiosos del sitio. Carvajal y Saab, pueden ilustrar algo más sobre este tema: “Para ello está la directriz sobre la importancia de priorizar las tareas más importantes. Pero también será muy importante mostrar en la página de Inicio algún contenido que ejemplifique el resto de contenidos internos del sitio Web” (2010: 78).

Frecuencia

¿El sitio web posee un contador de visitas? Sí. Está ubicado en la página de inicio, en la parte inferior de la página, donde aparece el contador y también expone datos de ingreso de Hoy, Ayer, Esta semana, La semana pasada, Este mes, El mes pasado, Todos los días. También brinda información sobre cuántos están conectados en el momento, el IP de quien navega y el tipo de navegador usado.

¿Se presentan errores con frecuencia en el sitio? No. Pero los vídeos ubicados en la galería en la sección de Multimedia se demoran en cargar y algunos no lo hacen si se usa Explorer y Chrome, esto genera algo de malestar en el usuario. Con el Internet Explorer si se presentan varios errores cuando se empieza a cargar la página.

Un sitio que presente frecuente errores posiblemente hará que el lector lo abandone con todas las consecuencias que eso trae. De ahí la importancia de la evaluación constante de la página para ubicar los errores que se están presentando y la frecuencia de estos. Una vez ubicados, el equipo encargado del sitio deberá buscar la forma de solucionarlo o incluso se debe recurrir a un experto o algunos validadores on line como: Html Validator; Links Validator, Css Validator, Free Site Validator.

Cuando se produce un error ¿se avisa de forma clara al usuario de lo ocurrido y se le explica cómo solucionar el problema? No. En los errores que se han presentado, sobre todo en la carga de los vídeos cuando se usa Explorer y Chrome, no ha habido ningún tipo de retroalimentación. Con el Internet Explorer, cuando se inicia la carga de la página, si avisa del error pero el mensaje proviene del mismo sistema del explorador no de la página.

Esta se puede considerar una debilidad muy grande del sitio, ya que se deja al usuario completamente solo cuando se presenta algo tan desagradable como un error. Lo ideal es que se cuente con una ayuda o guía para solucionarlo.

Funcionalidad

¿Las respuestas del sitio a una búsqueda o necesidad de determinado material, producto u objeto son acertadas? Sí. El sitio ofrece buen material sobre el tema indígena: noticias, tratados, postulados, ponencias, fotos, vídeos, reflexiones, etc.

¿Los usuarios alcanzan los objetivos especificados en el sitio de forma plena y precisa? Sí. Aunque los objetivos no están explicitados en el sitio, los usuarios si logran cumplir con sus objetivos de obtener gran cantidad de información sobre el tema indígena en el Cauca y en el mundo.

¿El sitio funciona adecuadamente? Sí. Aunque, como se mencionó anteriormente, los vídeos ubicados en la galería de la sección Multimedia presentan problemas en la carga: no se pueden visualizar cuando se usa Chrome y Explorer. Es importante comentar que con el Internet Explorer aparecen muchos errores en la página cuando se accede a esta.

¿El sitio se encuentra siempre disponible para los usuarios? Sí. No se suspende en ningún momento su funcionamiento.

¿Se puede acceder al sitio fácilmente y desde cualquier lugar? Sí. Está pensado para se pueda acceder desde cualquier lugar.

¿La movilidad dentro del sitio es fácil? Sí. Es una movilidad sencilla, fluida, básica, nada compleja.

¿El sitio posee un sistema de acceso fácil a los contenidos? Sí. Aunque se puede mejorar, sobre todo en los vídeos y las fotografías que se publican en la sección Multimedia.

Multimedialidad e hipertextualidad

¿El sitio presenta la combinación de diversos medios y tipos de información (textual, icónica, sonora, audiovisual)? Sí. Se resalta que ofrecen una sección llamada Multimedia, en esta centralizan sus audios, vídeos, fotografías y documentos. Hay un alto porcentaje de texto acompañado por imágenes, la mayoría fotos y algunos logos de la ACIN. También, el sitio se ha preocupado mucho por compartir los audios de entrevistas, informaciones o testimonios de unos de sus medios más importantes: Radio Pa'yumat. Se usan imágenes que ayudan al usuario a realizar algunas acciones como imprimir, compartir, convertir a PDF, etc. El contenido audiovisual es importante y lo usan para complementar algunas noticias y como documentos audiovisuales relevantes.

¿Las fotografías están bien recortadas? ¿Son comprensibles y se ha cuidado su resolución? Sí. Son comprensibles, de buen tamaño, están bien recortadas y la resolución es acertada para el sitio.

¿Las metáforas visuales son reconocibles y comprensibles por cualquier usuario? Sí. Como se definió anteriormente, las metáforas visuales son fáciles de reconocer ya que son muy comunes y sencillas. El usuario no debe realizar procesos complejos de percepción y cognición para entender las que se presentan.

¿El uso de imágenes, animaciones y audios proporcionan algún tipo de valor añadido? Sí. Las imágenes y los vídeos complementan las noticias y algunos documentos. Además, aportan al diseño y a la diagramación del sitio. No tiene animaciones.

¿En el sitio se ha evitado el uso de animaciones cíclicas? Sí. No existe ningún tipo de animación en el sitio.

¿El contenido multimedia del sitio se podría considerar atrayente, dinámico y agradable? Sí. Sobre todo los audios y las fotografías son atractivos por el testimonio que aportan y son dinámicos. Algunos de los vídeos presentan problemas en su carga sobre todo cuando se usan navegadores como Chrome o Internet Explorer, lo que hace que no sean atractivos ni dinámicos, tampoco agradables.

¿El sitio ofrece un hipertexto que permite captar con rapidez cómo se navega y permite ubicar cuáles son los comandos básicos para localizar la información? No. Ya que el sitio se destaca por el uso mínimo del hipertexto en sus contenidos y en la información en general.

El sitio desaprovecha una estructura de hipertexto que consiste en organizar la información de una manera no lineal, es decir, los bloques de información pueden estar enlazados utilizando cualquier tipo de asociación, ya sea jerárquica o no. Este tipo de estructura, bien organizada, proporciona gran flexibilidad ya que permite establecer relaciones entre cualquiera de los elementos y áreas de información. La idea no es confundir al usuario con una estructura muy compleja, se recomienda usarla como complemento a otra.

¿La página permite a los usuarios entender la estructura básica de la Red de contenidos y de enlaces? Sí. Los contenidos y los enlaces se presentan de una forma básica y sencilla lo que permite su entendimiento.

¿Los usuarios del sitio encuentran la información rápidamente o al menos descubren rápidamente que lo que buscan no está en esa red? Sí. La información se encuentra visible y se puede acceder a ella de forma rápida, sin necesidad de profundizar en enlaces. El usuario fácilmente se puede dar cuenta desde que ingresa si los contenidos allí expuestos le sirven o no.

¿Los usuarios al llegar a un contenido del sitio pueden orientarse rápidamente y entender su significado en relación con su punto de partida? Sí. Porque la página no es muy compleja, los contenidos se exponen libremente, no hay necesidad de profundizar tanto para encontrar la información. Esto hace que el ciberlector no se pierda, y se mantenga completamente consciente de su punto de partida, desde dónde inició y hasta dónde llegó.

¿El hipertexto ofrecido en el sitio es fácil de recordar, se puede reconocer después la ruta recorrida por la red, contenidos marcados y convenciones especiales? Sí. El uso del hipertexto es mínimo, lo que permite al usuario reconocer fácilmente la ruta recorrida, los contenidos marcados y las convenciones creadas para el sitio.

¿El hipertexto ofrecido en el sitio es amigable, es decir, permite al usuario ejercer el control sobre este y navegar libremente? No. Como se explicó anteriormente, el uso del hipertexto en el sitio es mínimo. Lo que quizá se convierte en una fortaleza ya que la página no es muy grande y no ofrece mucha información. Sobre el uso del hipertexto, Nielsen, expone tres reglas de oro para ayudar a determinar cuándo es conveniente usarlo: “Cuando existe un gran cuerpo de información organizado en muchos fragmentos. Cuando estos fragmentos se relacionan unos con otros y cuando en cualquier momento, los lectores necesitan solamente una pequeña fracción de esta información”.¹⁹

19 Hipertexto: qué es y cómo utilizarlo para escribir en medios electrónicos. Verificado: 03/10/2016. Disponible en: www.eduteka.org/Hipertexto1.php (Acceso 13/01/2013).

Inmediatez

¿Existe renovación constante de los contenidos en el sitio? Sí. Sobre todo de las noticias, los comunicados y los audios provenientes de la emisora Radio Pa'yumat.

¿Se observa actualización constante en las noticias publicadas en el sitio? Sí. Se actualizan a diario.

Memoria

¿En el sitio existe la posibilidad de recuperar información anteriormente producida? Sí. En la página de inicio y en la sección Estructura ACIN, en la parte inferior de la pantalla, se expone el título 'Historiales y archivos NASAACIN', en la parte de abajo de este se ofrecen los siguientes vínculos: Historial de Noticias NASAACIN, Historial Informativo Kueta Susuza, Historial de audios Pa'yumat y el Historial de documentos NASAACIN. Pero al acceder a estos servicios usando Mozilla, Explorer y Chrome, se presentan errores que no permiten acceder a los contenidos.

¿En el sitio existe un archivo histórico de sus noticias o de informaciones publicadas? Sí. La respuesta anterior cabe en este punto.

Retórica y estilo de redacción

Periodístico. Es el que sobresale en la página, incluso tiene una sección exclusiva para su publicación. Aquí el género periodístico dominante, que abarca un alto porcentaje, es el artículo con un estilo directo. No se observan otros géneros como el reportaje o la crónica.

Político/Argumentativo. en una sección complementaria denominada 'Posición y declaraciones' se detecta este estilo de opinión o de comentario, el cual se manifiesta a través de posturas argumentadas y sustentadas ante diversas situaciones que se relacionen con los Nasa, con los pueblos indígenas y

temas de actualidad. También, es clara la continua intención política e ideológica de sus declaraciones y de sus posiciones ante problemáticas que involucran el tema indígena y los derechos humanos.

Expositivo. en la sección 'Estructura ACIN', se destaca el estilo expositivo el cual pretende informar y explicar de forma detallada en qué consiste la ACIN, su estructura y sus principales postulados, miradas y cosmovisiones.

Políticas editoriales. Por ninguna parte del sitio se exponen las políticas editoriales.

Estética y diseño minimalista: ¿Se muestra en la pantalla la información esencial para tomar decisiones, y sólo esta información? Sí. Sobre todo en las noticias, Leer más, Escribir un comentario. En la sección Estructura ACIN, se encuentra la siguiente información: Sobre este artículo. En los audios: Descargue el audio. No se encontró más información que busque que el usuario tome decisiones.

¿Existe redundancia de información en la página? No. Las unidades de información para que el usuario tome alguna decisión son cortas y concisas. En cuanto a los textos que se manejan predominan los cortos y concretos. Sin embargo, se detectaron algunos textos largos y densos que se podrían mejorar.

Se podría afirmar que la página en general presenta información concreta y útil, lo que se convierte en una fortaleza ya que el usuario no tendrá que escoger entre un volumen de información exagerado. Además, una página que de entrada exponga una cantidad exagerada de información, puede generar en el usuario confusión, ansiedad e incluso lo motive a no ingresar al sitio.

¿La información es corta, concisa y precisa? Sí. Se usa un lenguaje claro, preciso, denotativo, directo y corto. Las noticias se estructuran mediante el uso de párrafos cortos y medianos, solo algunos son muy extensos. Se observa una variación en la estructuración de los textos, quizás pueden ser consecuencia de la falta de unas políticas editoriales o un manual de redacción.

¿Las fuentes son legibles y tienen un tamaño adecuado?

Sí. Como se mencionó, el tipo de fuente utilizado es Narrow 11, el cual permite una legibilidad óptima, no hay que esforzarse mucho para leer a una distancia normal de la pantalla.

¿El texto es fácil de hojear, está bien organizado y las frases no son muy largas?

Sí. La estructura y el diseño del sitio permite hojear el texto con facilidad, la organización es normal, aceptable, aunque se detecta que los textos se exponen sin justificarlos. La mayoría de las frases de los textos poseen una extensión mediana, se ubicaron algunas largas lo que puede hacer un poco densa la lectura.

¿Cada elemento de información se distingue del resto y no se confunde con otros?

Sí. Cada noticia y documento se distingue del otro por sus titulares, además, porque cada uno está acompañado de una foto diferente, lo que se convierte en una marca diferenciadora.

Relación entre el sitio web y las demás estrategias comunicativas

En este punto se pretende analizar en qué aspectos se pueden relacionar las estrategias de comunicación más importantes desarrolladas por el Tejido de Comunicación con algunos aspectos planteados en el sitio de la ACIN.

Con la estrategia talleres comunicativos y Mingas de Pensamiento

Públicos

Quedó claro que la página está dirigida a públicos externos para visibilizar y establecer redes con otras comunidades y colectivos. Los talleres y las Mingas de Pensamiento, están dirigidas a sus públicos internos, la comunidad Nasa en general. El tipo de comunicación que se desarrolla en los talleres es 'cara a cara', interpersonal y dialógica.

Características del producto

La web de la ACIN presenta características que no se relacionan para nada con los talleres comunicativos, son dos ámbitos completamente diferentes, las dinámicas, las directrices y los actores difieren mucho. Un ejemplo de esto es que un taller se desarrolla en un espacio presencial, concreto, visible y palpable, que genera una serie de situaciones de tipo interaccional/comunicativo particulares. En la página por ejemplo, se da otro tipo de interacción y de comunicación.

Propósitos

Los talleres y las Mingas de pensamiento tienen como propósito primordial la interacción personal entre la comunidad para el desarrollo de determinadas acciones y para el intercambio de ideas. El sitio web tiene otros, un poco más complejos, pero se puede decir que coinciden en el enfoque político, comunitario, cultural e informativo.

Con las estrategias de comunicación comunitaria

Públicos

Tanto la página web como la estrategia de Comunicación Comunitaria apuntan a públicos internos (comunidad Nasa) y externos (comunidad internacional).

Características del producto

Se podría decir que la web de la ACIN se vale de algunas características y dinámicas inmersas o usadas en la comunicación comunitaria, ejemplo: la movilización de las comunidades, el uso de herramientas comunicativas provenientes de la radio (audios), el uso del vídeo como herramienta de aprendizaje, visibilización, análisis y reflexión.

Propósitos

Tanto la página, como este tipo de estrategia comunicativa, buscan generar movimientos humanos y dinámicas sociales de cambio y de desarrollo, cada una desde sus ámbitos, estructuras, medios y contextos.

Con la estrategia comunicación vertical, horizontal, en Red

Públicos

Los públicos en la comunicación horizontal son los miembros de la comunidad, pero en el sitio no se desarrolla este tipo de comunicación. Los públicos de la comunicación vertical y en red para el sitio web, sería los públicos externos, para la comunicación vertical, serían su comunidad Nasa.

Características del producto

No existen características que coincidan entre el sitio web y la comunicación horizontal. En cuanto a la comunicación vertical, una característica es su unidireccionalidad, alguna información que se publica en el sitio podría aplicar. La comunicación en Red se relaciona mucho y se usa en el sitio sobre todo para visibilizar y movilizar.

Propósitos

La comunicación vertical busca informar, el sitio web también lo hace en un buen porcentaje. La comunicación horizontal persigue una continua retroalimentación, igual que el sitio web. La comunicación en Red busca crear, establecer y fortalecer muchos hilos de interacción, la página también.

No comercializable

Con los medios de comunicación tradicionales y el sitio web

Públicos

Los contenidos de Radio Pa'yumat están dirigidos a un 100% de la comunidad Nasa. La web está dirigida a públicos externos en un 80%, un 20% se dirige a su comunidad. Sin embargo, Radio Pa'yumat aprovecha un poco la visibilización que le permite la página.

No existe un medio o canal establecido para emitir constantemente los videos, sin embargo, estos se usan mucho en talleres de comunicación para los públicos internos. En la página los vídeos, se publican en la sección Multimedia y se dirigen en un 90% a un público externo, incluso unos están a la venta.

El Tejido cuenta con un medio impreso, la revista *El Carpintero*, por los contenidos está dirigida en especial a públicos externos que puedan acceder a la versión impresa, lo que limita su difusión. El problema es que no ha aprovechado el sitio web para difundirla y para publicar sus contenidos, a pesar que llega a un público externo.

Características del producto

Los medios mencionados anteriormente coinciden básicamente en que le llegan de forma masiva a los públicos pero les falta unificar muchas características para lograr una imagen corporativa unificada y, sobre todo, para desarrollar estrategias de comunicación e interacción más eficientes, compactas y efectivas.

Propósitos y usos

Los propósitos de cada medio definen los usos que se les dan. En este caso, la página web está en concordancia con los otros medios de comunicación. Juntos ayudan a cumplir esos usos previstos por el Tejido.

No comercializable

Radio Pa'yumat busca informar sobre hechos trascendentales, pero también informa sobre otros sencillos, de comunidad, de vecindad. Busca movilizar, avisar, organizar, alertar. El vídeo tiene como objetivo principal educar, visibilizar y reflexionar. La revista es más reflexiva y académica.

El sitio web coincide con propósitos de cada medio ya que informa y moviliza, visibiliza y reflexiona. También el sitio genera procesos de reflexión mediante sus documentos, comunicados, posiciones y declaraciones.

Los propósitos de cada medio definen los usos que se les dan. En este caso, la página web está en concordancia con los otros medios de comunicación. Juntos ayudan a cumplir esos usos previstos por el Tejido.

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable



No comercializable

No comercializable

Conclusiones y sugerencias

El planteamiento de las conclusiones se realizó con base a los tres primeros objetivos planteados. Las recomendaciones obedecen al cuarto objetivo. También responde a las hipótesis formuladas.

Conclusiones de la investigación

El primer objetivo ‘recopilar, clasificar y describir la información sobre la propuesta y el manejo de las estrategias comunicativas realizadas hasta el momento por el Tejido mencionado’ se cumplió puesto que fue posible recopilar información sobre las diferentes estrategias.

Las estrategias comunicativas detectadas que fueron desarrolladas durante el tiempo de la investigación (2011-2013) por la Asociación de Cabildos Indígenas del norte del Cauca –ACIN– son: Talleres comunicativos, Mingas de Pensamiento, Comunicación Comunitaria, Comunicación Horizontal, Vertical, en Red, Radio, Prensa, Audiovisual e Internet, con su página y con otros usos que le dan a la web.

Se pudo observar que el Tejido de Comunicación de la ACIN, trabaja una propuesta comunicativa que combina estrategias ancestrales con otras creadas en la actualidad, con un nivel aceptable de efectividad y de reconocimiento en otros contextos. Las estrategias comunicativas usadas por el Tejido se han venido adaptando históricamente a los cambios que se dan en diferentes ámbitos en el mundo.

La página Web de la ACIN hace parte de una propuesta de comunicación pensada, dialogada y planeada por toda su comunidad, basada en modelos comunicacionales relacionados con la comunicación comunitaria.

Se pudo comprobar que las estrategias comunicativas desarrolladas por los indígenas, son muy diferentes en sus dinámicas, actores y propuestas, a las que se desarrollan en el mundo occidental. Las de los pueblos indígenas están muy ligadas a su territorio y a sus cosmovisiones, lo que en definitiva, los aleja de tendencias o modas comunicacionales.

El segundo objetivo 'describir los propósitos y el uso que se le está dando a la página web, así como sus características actuales'.

Aunque no se hace evidente el objetivo general en el sitio, sí se está cumpliendo: informar sobre la ACIN, su estructura, historia, acciones y dinámicas, y visualizar su realidad y su posición ante hechos sociales y políticos que los afectan. Además, están logrando propósitos relacionados con lo político, lo comunitario, lo cultural (aunque con ciertas limitaciones), informativo, de proyección nacional e internacional, de visibilización y de ciberactivismo.

Se pudo definir que son varios los propósitos o usos que persigue el sitio. Se complementan unos con otros y están muy relacionados. Esto permite que el sitio tome varios rumbos, sin perderse necesariamente de lo que pretende en su objetivo general.

En cuanto a las características del sitio, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Es una página funcional, sencilla y ofrece contenidos interesantes para públicos inmersos en temáticas relacionadas con pueblos indígenas y derechos humanos.
- Se comprobó que la página de la ACIN, como la mayoría de los sistemas de información y comunicación indígenas, posee unas características particulares que la alejan considerablemente de las propuestas provenientes de los sistemas comerciales o públicos.

- Comparte un material interesante en audio y video sobre los Nasa, sobre movimientos indígenas, sobre el conflicto en el Cauca y otros temas de tipo social y económico.
- Se ha convertido en una página que visibiliza aspectos relacionados con los indígenas del Cauca, de Colombia y el Mundo.
- Es una buena herramienta de comunicación comunitaria y para el desarrollo.
- Comparte con el mundo entero la visión de los indígenas Nasa.
- No hay publicidad que obstaculice la mirada o el uso del sitio por parte del usuario, además, esto demuestra independencia en sus postulados y visiones.
- La página es liviana, no exagera en sus contenidos, no satura al usuario.
- Se puede acceder rápidamente usando Mozilla.
- Los enlaces son rápidos para abrir el vínculo correspondiente.
- Desarrolla algunos procesos reconocidos a nivel nacional e internacional de ciberactivismo indígena.
- El sitio ha logrado la proyección de la ACIN a nivel nacional e internacional.
- Se podría inferir que gracias al sitio la ACIN se han fortalecido sus redes a nivel nacional e internacional.
- Cumple con la mayoría de factores de un producto digital lo que hace al sitio usable y accesible.

Ahora bien, con el tercer objetivo: 'analizar si hay una relación adecuada entre los públicos objetivos, las características del producto, los propósitos y los usos que efectivamente está

recibiendo el sitio web con las demás estrategias comunicativas; se comprobó que el sitio no maneja una relación directa con la estrategia Talleres comunicativos y Mingas de pensamiento. No obstante, informa sobre ellos, reforzando así la estrategia comunicativa y dejando un registro escrito y visual de lo sucedido en esas actividades.

En cambio, se demostró que el sitio sí maneja una relación entre los públicos, las características del producto y los propósitos con la estrategia de comunicación comunitaria, es decir, con los otros medios de comunicación tradicional.

Se evidenció que los públicos en la comunicación horizontal, no se relacionan con los del sitio; lo mismo sucede con los públicos de la comunicación vertical y en red. También se comprobó que no existen características que coinciden entre el sitio web y la comunicación horizontal.

En cuanto a la comunicación vertical, sí existe una relación con la página, sobre todo en declaraciones y posiciones ideológicas. La comunicación en Red también se relaciona con el sitio.

En cuanto a los públicos, se puede decir que los externos de la emisora de la ACIN, de los videos y de la revista, sí se relacionan con los del sitio web, más no el público que pertenece a la comunidad.

En cuanto a las características, la que más relaciona esos medios con el sitio web es que pueden llegar a públicos masivos. El sitio coincide con algunos propósitos de cada medio ya que informa y moviliza como radio Pa'yumat; visibiliza y reflexiona como los videos. También, se generan procesos de reflexión mediante sus documentos, comunicados, posiciones y declaraciones.

En la página Web de la ACIN, convergen contenidos provenientes de la radio, de la prensa escrita y del ámbito audiovisual, creados por el Tejido de Comunicación.

Se detectó que falta una interacción más profunda y organizada entre las diferentes estrategias de comunicación para que verdaderamente se desarrolle una relación adecuada entre los públicos, los propósitos y las características, que mejoren la imagen corporativa de la ACIN y, sobre todo, que fortalezca su Tejido de Comunicación y su Plan de Vida.

Cumplimento de las hipótesis formuladas

La primera hipótesis de esta investigación era que 'la página Web de la ACIN se encuentra actualizada en sus propuestas narrativas digitales y sus características cumplen las recomendaciones actuales para la comunicación digital'. Se podría afirmar que sí se confirmó, pero de una forma moderada. Prueba de ello es que ha recurrido a diferentes formas de narrar, valiéndose de la posibilidades tecnológicas digitales (podcast, videocast, multimedia, hipertexto) que se ofrecen en la actualidad en el ámbito de la web y también ha estructurado sus formas de contar acorde con la manera en que los usuarios en la actualidad consumimos información, sobre todo insertada en la web. Otro aspecto que vale la pena tener en cuenta para justificar esta respuesta es que el Tejido de Comunicación y la ACIN, dentro de su Plan de Vida ha sido consciente de la importancia y vitalidad de la comunicación comunitaria para el logro de sus objetivos. Esto se confirma con el siguiente postulado encontrado en su sitio: "Preservar y fortalecer los espacios y mecanismos de comunicación dentro del territorio combinando diversos medios y estrategias de acuerdo con una planeación constante que responda a las necesidades y demandas del contexto". En otras palabras, sí se percibe una preocupación por mantenerse actualizados en cuanto al uso de narrativas digitales.

En cuanto a si sus características cumplen las recomendaciones actuales para la comunicación digital, se podría responder afirmativamente también, pero, como un buen porcentaje de sitios, presenta algunas fallas o debilidades que se pueden corregir. Lo anterior se puede comprobar en los resultados

de la aplicación de la ficha de análisis que permitió hacer el diagnóstico y acercarse un poco a la usabilidad de este producto digital.

La otra hipótesis postula que 'Las estrategias comunicativas desarrolladas hasta el momento por el Tejido son convergentes en medios y lenguajes'. A partir de lo investigado proveniente de otros autores, de la interpretación y de lo que se logró encontrar en el sitio con el apoyo de la ficha, se podría aprobar esta hipótesis en la mayoría de estrategias. La explicación está en que quedó claro que el Tejido de la ACIN combina y articula medios como la radio, la página web con estrategias de comunicación vertical, en Red y de comunicación comunitaria. Esto se evidencia en lo expuesto en los resultados del objetivo uno. Para complementar esta respuesta, se recurre a lo encontrado en el sitio analizado que demuestra una postura muy clara y concreta sobre su enfoque convergente en medios y lenguajes:

Por lo tanto, articulamos tanto medios (radio, Internet, impresos, video) como formas de comunicación comunitarias (asamblea, minga, etc.) que nos permiten hacer un trabajo complementario para informarnos, reflexionar, debatir, proponer y tomar decisiones en un ejercicio de democracia y autonomía.²⁰

Finalmente, la hipótesis 'La página Web de la ACIN se ha destacado más por el movimiento social que genera, que por sus propuestas narrativas', se confirmó en primera instancia porque es uno de los postulados que sustenta y expone el Tejido de Comunicación, en la sección Estructura ACIN de la página:

Aquí no se centra la atención en los medios tecnológicos, que no desconocemos y que por el contrario acogemos, sino en la fuerza y la riqueza de los saberes culturales, de los sentidos comunitarios,

20 Tejido de Comunicación y Relaciones externas para la verdad y la vida. Verificado: 21/11/2016. Disponible en: <http://www.nasaacin.org/galeria-de-imagenes/7-productos-de-la-comunidad/detail/60-10?tmpl=component> (Acceso 1 de julio de 2012).

los rituales y los diversos eventos en los que se expresa la alegría de vivir y desde donde nace la resistencia para seguir viviendo. Por lo tanto, articulamos tanto medios (radio, Internet, impresos, video) como formas de comunicación comunitarias (asamblea, minga, etc.) que nos permiten hacer un trabajo complementario para informarnos, reflexionar, debatir, proponer y tomar decisiones en un ejercicio de democracia y autonomía.²¹

En segunda instancia, se pudo comprobar con las investigaciones realizadas sobre este colectivo, que la mayoría coinciden en que para los Nasa y para la ACIN, los medios son importantes porque ayudan a multiplicar y a expandir sus mensajes e ideas. Para ellos, lo más importante es la pervivencia de su pueblo, mediante el movimiento social en diferentes ámbitos y a través de diversas estrategias.

Por último, la página es un ejemplo en el cual se le da más importancia a sus contenidos y a las dinámicas que genera, que a sus propuestas narrativas, a su diseño y presentación; los resultados de la ficha lo demuestran, ya que cumplen con un buen porcentaje de los factores de un producto digital pero de una forma moderada, al parecer, quieren darle más trascendencia a lo que dicen que a la forma en que lo expresan.

Sugerencias y recomendaciones

Como uno de los objetivos fue ‘Proponer recomendaciones para el sitio web, en busca de una continúa mejora y adaptación a las narrativas digitales de punta, aprovechando los contenidos y conocimientos adquiridos en la Maestría en Comunicación Digital’, se ofrecen las siguientes recomendaciones:

21 Tejido de Comunicación y Relaciones externas para la verdad y la vida. Verificado_21/11/2016. Disponible en: <http://www.nasaacin.org/galeria-de-imagenes/7-productos-de-la-comunidad/detail/60-10?tmpl=component> (Acceso 1 de julio de 2012).

- El sitio debe exponer su objetivo principal o misión. También debe compartir con los usuarios sus objetivos secundarios y su política. Esto permitirá que el usuario interprete mejor el sitio, entienda los contenidos, contextualice sus noticias, posiciones y declaraciones, e incluso aprenda más de este. Además, si queda expresado de entrada, él sabrá si ingresa o no al sitio.
- Sería importante exponer su política editorial para demostrar más orden y organización en el sitio. También le permitirá al usuario entender el porqué de los contenidos, comprenderlos y contextualizarlos mejor.
- Se recomienda exponer los roles o datos de los miembros responsables del sitio (Quiénes somos). Esto ayudará a una mejor interacción, además le dará más credibilidad al sitio, ya que los contenidos y el diseño tendrán una o unas personas que respondan. Quizás no lo hacen por motivos de seguridad, ya que se sabe de algunos hechos de violencia en contra del Tejido de Comunicación.
- También sería recomendable mencionar de forma directa y obvia el deseo que sean contactados (Contáctenos), para mejorar las posibilidades de interacción. En el momento no se ofrece esta posibilidad, sólo aparece una dirección de correo de la ACIN pero no se interpreta de forma denotativa que ellos desean que se les contacte.
- Se podría generar algún tipo de interacción entre sus usuarios, por ejemplo, mediante un chat que permita el intercambio de opiniones sobre un tema de actualidad, una noticia sobre la comunidad, una posición o declaración de ellos, sobre algún tema. Esto los obligaría a crear unas normas de interacción.
- Se debe crear una retroalimentación constante por parte del sitio para prevenir y solucionar errores. Por ejemplo, 'si se le presenta un problema con la carga de los vídeos, pruebe usando [...]'; otro ejemplo: 'para visibilizar mejor los vídeos instale [...]'; 'si no escucha los audios, pruebe que

sus salidas de audio [...], 'si la foto se demora en cargar, pruebe con [...]', etc. Lo anterior permitiría añadir valor a las características logradas ya relacionadas con la usabilidad.

- Hay una variación en la extensión de los textos, especialmente en la página de inicio: algunos son muy cortos, otros muy largos. Se debería seguir la directriz de un ancho promedio de 60 a 80 caracteres por línea. Deberían unificarlos, y sobre todo, seguir la directriz sobre no justificar, ya que esto genera muchos espacios entre las palabras, es mejor alinear a la izquierda (Carvajal y Saab 2010).
- Se recomienda arreglar el acceso a la sección complementaria Historiales y archivos NASAACIN. Igualmente, los enlaces y recursos 'rotos' como algunas fotografías o imágenes que no cargan bien. Esto no afectaría la calidad del sitio.
- Se deben corregir los errores de navegación con el Internet Explorer y con el Chrome. Si existe una política de no uso de software comercial, se debe exponer y aclarar que usan el Mozilla, porque es libre.
- Los vídeos de la galería ubicada en la sección Multimedia deberían cargar y visualizarse cuando se navega con Chrome o Explorer. Este punto se relaciona mucho con el anterior. Habría que revisar el formato y la compresión de los archivos subidos al servidor (si es propio) o bien, recurrir a servicios de almacenamiento y procesamiento óptimo de video existentes en Internet como Vimeo, y enlazar los recursos audiovisuales que se depositen allí desde el sitio web. Esto permitiría resolver el problema de velocidad y funcionalidad y también, las impuestas por el tipo de navegador.
- Se podrían incluir menús de instrucciones y mensajes de error.
- Algunas secciones y subsecciones requieren de un pequeño párrafo que introduzca al lector en los contenidos que se comparten, sobre todo que aclare cuál es el propósito de esa sección, qué pretende, para qué sirve.

- De una forma más contundente se puede guiar al usuario sobre temas o noticias más importantes.
- En alguna parte del sitio se podría incluir una sección de preguntas y respuestas más comunes sobre el sitio, sobre la ACIN, sobre los Nasa. También se pueden incluir un glosario y tutoriales sobre el tema indígena, normatividad indígena, etc.
- Sería vital para lograr los propósitos de proyección internacional, permitir que la página se pueda leer en el idioma inglés para facilitar el acceso a usuarios de otros contextos que no hablan castellano.
- Se recomienda darle un mejor y más amplio uso al logo de la ACIN dentro del sitio web.
- Se recomienda también visualizar el contenido de la revista *El Carpintero* permitiendo leerla y descargarla en formato PDF. De esta forma habría una mayor integración con los medios impresos, y su divulgación tendría un mayor impacto.
- Se exhorta a emprender acciones para que el sitio sea accesible por parte de los miembros de su comunidad que no tengan conocimientos avanzados de alfabetización digital o incluso, que tengan limitaciones físicas visuales o motrices. Por ejemplo, agregando *podcasts* o pistas de audio, en las que se puedan escuchar los contenidos del sitio web tanto en castellano, como en la lengua de la comunidad que defienden como parte de su identidad cultural.

Finalmente, se sugiere a la Asociación continuar con los esfuerzos para aprovechar las ventajas de la comunicación digital en beneficio de su comunidad, sin descuidar sus cosmovisiones y sin dejar a un lado su pensamiento comunicacional, para participar activamente en la sociedad de la información y el conocimiento, teniendo en cuenta lo consignado en este diagnóstico.

Referencias citadas

- ACIN —Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca—
(S.f.) Tejido de Comunicación y Relaciones externas para la verdad y la vida Recuperado de <http://www.nasaacin.org/galeria-de-imagenes/7-productos-de-la-comunidad/detail/60-10?tmpl=component> (Acceso 1 de julio de 2012).
- Almendra Quiguanás, Vilma
2009a “La apropiación de internet en comunidades indígenas: el caso del Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca-ACIN”. Trabajo de grado. Programa de Comunicación Social-Periodismo. Universidad Autónoma de Occidente. Cali.
2009b La palabra y acción para la movilización. *Comunicación y Ciudadanía*. (2): 42-51. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3707689> (Acceso 18/03/2012).
- 2010 *Encontrar la palabra perfecta. Experiencia del Tejido de Comunicación del Pueblo Nasa*. Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/264668223_Encontrar_la_palabra_perfecta_Experiencia_del_tejido_de_comunicacion_del_pueblo_NASA_en_Colombia (Acceso 18/03/2012).

Álvarez Cadavid, Gloria

2009 Etnografía virtual: exploración de una opción metodológica para la investigación en entornos virtuales de aprendizaje. *Revista Q.* 3 (6): 1-29. Disponible en: <http://revistaq.upb.edu.co/articulos/ver/270> (Acceso 18/03/2012)

Álvarez Cadavid, Gloria y Guadalupe Álvarez

2012 Análisis de ambientes virtuales de aprendizaje desde una propuesta semiótica integral. *Revista Electrónica de Investigación Educativa.* 14 (2): 72-87. Verificado: 05/10/2016. Disponible en: <http://redie.uabc.mx/redie/article/view/311/666> (Acceso 19/12/2012).

Bessette, Guy.

2005 “Comunicación participativa para el desarrollo: reforzando la investigación participativa y el proceso de acción en el MRN”. *The International Development Research Centre (IDRC)*. Recuperado de: http://web.idrc.ca/es/ev-85055-201-1-DO_TOPIC.html

Blandón Gómez, Hernando

2010 Ciberperiodismo, telefonía móvil y acciones culturales barriales en Medellín. *Revista Q.* 5 (9): 1-11.. Disponible en: <http://revistaq.upb.edu.co/articulos/ver/351> (Acceso 5/05/2012).

Carvajal, Mario y Juan Saab

2010 *Directrices de usabilidad para sitios web del Estado colombiano. Programa Gobierno en línea. Manual para la implementación del decreto 1151*. Bogotá: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y Gobierno en Línea. Disponible en: <http://www.mariocarvajal.com/archivos/Directrices-de-usabilidad-para-sitios-web-del-Estado-en-Colombia.pdf> (Acceso 1/10/2012).

CONAIE (Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador) et al.

2010 *Manual básico sobre la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas*. Quito: CONAIE. Recuperado de: http://servindi.org/pdf/ManualBasico_DDPI.pdf (Acceso 10/03/2012).

- Corona Rodríguez, José
2012 La construcción social de Internet: estrategias de uso y significación de la información. *Paakat. Revista de Tecnología y Sociedad Redes Sociales y Diversidad*. (3). Disponible en: www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/176/243 (Acceso 22/10/2012).
- Correa, Javier
2009 “Apropiación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación-TIC- por parte de los pueblos Nasa y Muisca”. Tesis de grado. Maestría en Investigación en Problemas Sociales Contemporáneos. Universidad Central. Bogotá
- Costa, Ramón
2009 “Desarrollo de un modelo de uso y aplicación de las principales herramientas y tecnologías Web 2.0 como apoyo a los procesos de colaboración y comunicación durante la gestión de los proyectos de sistemas de información”. Tesis de doctorado. Universitat Politècnica de Catalunya, Departament d’Organització d’Empreses. Barcelona. Disponible en: http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/10717/1/costa_desarrollo.pdf (Acceso 15/06/2012).
- Costa, Ramón, José Sallan y Vicenc Fernández
2009 ‘Herramientas de Comunicación Web 2.0 en la Dirección de Proyectos’. Ponencia presentada en *3rd International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management. XIII Congreso de Ingeniería de Organización*. Barcelona-Terrassa, Universitat Politècnica de Catalunya. Disponible en: <http://upcommons.upc.edu/e-prints/bitstream/2117/6370/1/Costa.pdf> (Acceso 18/06/2012).
- Costa, Carmen y Teresa Piñero Otero
2012 Activismo social en la web 2.0. El movimiento 15M. *Revista de Comunicación Vivat Academia*. (117): 1458-1467. Disponible en: www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n117E/PDFs/Varios7.pdf (Acceso 15/06/2012).

Crovi Druetta, Delia

- 2007 Diagnóstico acerca del acceso, uso y apropiación de las TIC en la UNAM. *Anuario Ininco*. 20(1): 79-95. Disponible en: http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-29922008000100004&lng=es&nrm=i (Acceso 12/02/2012).

De Ugarte, David

- 2007 *El poder de la red. Manual para personas, colectivos y empresas abocadas al ciberperiodismo*. Barcelona: Ediciones El Cobre.

DNP —Departamento Nacional de Planeación—

- 2010 *Aspectos básicos grupo étnico indígenas*. Bogotá. Verificado: 21/11/2016. Disponible en: <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-territorial/Paginas/pueblos-indigenas.aspx> (Acceso 2/03/2012).

Díaz Noci, Javier

- 2009 Multimedialidad y modalidades de lectura: una aproximación al estado de la cuestión. *Revista Comunicar*. 17 (33): 213-219 Disponible en: www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=33&articulo=33-2009-25 (Acceso 15/10/2012).

Díaz Noci, Javier y Ramón Salaverría

- 2003 *Manual de Redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

Dillon A. y Morris M.

- 1999 Power, Perception and Performance: From Usability Engineering to Technology Acceptance with the P3 Model of User Response. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*. 43 (19): 1017-1021. Disponible en: <http://pro.sagepub.com/content/43/19/1017.short> (Acceso 15/10/2012)

Dorado, Mauricio y Tejido de Comunicaciones de la ACIN

- 2005 “El Tejido de comunicación, Las TIC y el Plan de Vida de las comunidades indígenas del norte del Cauca: la importancia de las TIC en los procesos de gestión comunitaria”. *Memorias de ponencias: Colombia: diálogo cultural y tecnologías de información y comunicación*. Cali: Universidad Autónoma de Occidente.

- EduTEKA
2003 Hipertexto: qué es y cómo utilizarlo para escribir en medios electrónicos. Disponible en: www.eduteka.org/Hipertexto1.php (Acceso 13/01/2013).
- El Liberal
2010 “Avanza la tecnología en el Cauca”, 03 de Mayo de 2010. Disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/observatorio/1722/article-229907.html> (Acceso 22/10/2012).
- Fandiño, Yamith
2011 La educación universitaria en el siglo XXI: de la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento. *Revista Iberoamericana de Educación*. 55: 1-55. Disponible en: www.rieoei.org/jano/3965Fandino_Jano.pdf (Acceso 12/02/2012).
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación)
2010 *La comunicación para el desarrollo ante los desafíos del cambio climático, manejo de recursos naturales, gestión del riesgo y seguridad alimentaria*. Roma: FAO. Verificado: 03/10/2016. Disponible en: www.fao.org/docrep/012/k7361s/k7361s00.pdf (Acceso 14/02/2012).
- Ferrada Cubillos, Mariela
2006 Etnografía un enfoque para la investigación de weblogs en Biblioteconomía y Documentación. *Revista Biblios*. 07 (23): 1-9. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1431574> (Acceso 11/04/2012).
- Figueroa, Oscar y Patricio Rozas
2005 *Conectividad, ámbitos de impacto y desarrollo territorial: el caso de Chile*. Santiago de Chile: Naciones Unidas - CEPAL, División de Recursos Naturales e Infraestructura. Disponible en: www.eclac.cl/publicaciones/xml/1/24001/lcl2418e.pdf
- Fontela, Carlos
s.f *Usabilidad*. Argentina: Universidad de Buenos Aires. Presentación electrónica. Disponible en: <http://materias.fi.uba.ar/7507/content/20101/lecturas/usabilidad.pdf> (Acceso 20/07/2012).

García, M.

- 2005 “Mediación tecnológica y nuevas formas de interacción social”. En: José Miguel Pereira y Mirla Villadiego (eds.), *Tecnocultura y comunicación. Memorias de la X Cátedra Unesco de Comunicación Social*, pp 176-188. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Garrido, A.

- 2003 “El aprendizaje como identidad de participación en la práctica de una comunidad virtual”. Tesis de grado. Programa de doctorado sobre la sociedad de la información y del conocimiento. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya. Recuperado de: www.uoc.edu/in3/dt/20088/20088.pdf (Acceso 29/04/2012).

Geertz, Clifford

- 1992 *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

Gómez, Carmen

- 2010 “Sociedad del conocimiento y apropiación tecnológica: algunos postulados para pensar la diversidad cultural desde la cosmovisión indígena en México”. Recuperado de: http://132.248.192.201/memoires/pdf2/e_10.pdf (Acceso 23/03/2013).

Gómez, Pedro y Matías Galindo

- 2011 “Campo y dispositivo en la configuración de la comunicación alternativa”. Trabajo presentado en: *XIV Jornadas de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación Recorridos de Comunicación y cultura. Repensando prácticas y procesos*. Argentina: Red Nacional de Investigadores en Comunicación. Disponible en: http://sm000153.ferozo.com/memorias/p_jornadas_p.php?id=1407&idj=12 (Acceso 15/02/2011).

González, Nidia C.

- 2006 *Resistencia indígena: alternativa en medio del conflicto colombiano*. Cali: Grupo de investigación Problemas Políticos Globales Departamento de Ciencia Jurídica y Política - Pontificia Universidad Javeriana.

Guazmayán, C.

- 2004 *Internet y la investigación científica: el uso de los medios y las nuevas tecnologías en la educación*. Bogotá: Magisterio.

- Guerrero, María Fernanda
 2011 'La comunicación social en el ecosistema digital'. En: Carlos Arcila y Argelia Ferrer (eds.) *Digitalización y ecología de medios. Reflexiones sobre comunicación, tecnología y sociedad*, pp 37-50. San Cristóbal: Universidad de los Andes. Disponible en: www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/32575/1/digital_ecologia_medios.pdf (Acceso 15/11/2012).
- Gumucio, Alfonso
 2011a "Comunicación para el cambio: clave del desarrollo". En: José Miguel Pereira y Amparo Cadavid (eds.). *Comunicación, desarrollo y cambio social: interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*, pp 19-37. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
 2011b *La comunicación para el Desarrollo en el sistema de las Naciones Unidas en Ecuador: análisis sobre los enfoques y las prácticas*. Quito: Unesco-Ciespal.
- Hassan, Yusef y Francisco Martín
 2003 ¿Qué es la Accesibilidad Web? *No solo usabilidad: revista multidisciplinar sobre personas, diseño y tecnología*, 2. Disponible en: <http://nosolousabilidad.com/articulos/accesibilidad.htm> (Acceso 27/01/2013).
- Hassan, Yusef y Sergio Ortega
 2009 *Informe APEI sobre usabilidad*. Asturias: Asociación Profesional de Especialistas de la información y Ministerio de Cultura. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/13253/1/informeapeiusabilidad.pdf> (Acceso 10/10/2012).
- Ivars, Begoña
 2010 Del Ciberespacio al Ciberperiodismo. En: Begoña Ivars Nicolás (ed.), Salvador Giner Llopis, Ignacio Lara Jornet (coords.). *Memorias del I Congreso Internacional de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Internet y la Información*. Alicante: Limencop. Recuperado de: www.in2web.es/cicap/publicaciones/internetlainformacion.pdf (Acceso 22/10/2012)
- Jaillier Castrillón, Erika
 2010 "Sociedad de la información, comunicación y conocimiento". Notas de clase para el curso del

mismo nombre de la Maestría en Comunicación Digital (Documento no publicado). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

Labrador, Omaira

2011 Hay novedad en la Aldea Global: ahora podemos interactuar. En: Carlos Arcila y Argelia Ferrer (eds.) *Digitalización y ecología de medios. Reflexiones sobre comunicación, tecnología y sociedad*, pp 18-27. San Cristóbal: Universidad de los Andes. Disponible en: www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/32575/1/digital_ecologia_medios.pdf (Acceso 15/11/2012).

Lamarca, María Jesús

2011 “Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen”. Tesis de grado. Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Bibliotecología y Documentación. Universidad Complutense de Madrid. Madrid. Disponible en: <http://www.hipertexto.info/documentos/interactiv.htm> (Acceso 11/11/2012)

Londoño Monroy, G.M.

2012 Unidad 3: Factores esenciales del producto digital, tanto durante la planificación, como durante la realización. Notas de clase para el curso Proyectos Multimedia, de la Maestría en Comunicación Digital (Documento no publicado). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, Escuela de Ciencias Sociales, Facultad de Comunicación Social y Periodismo.

Mason, Bruce y Bella Dicks

1999 The Digital Ethnographer. *Cybersociology Magazine*. (6). Disponible en: http://cybersociology.com/files/6_1_virtualethnographer.html (Acceso 15/12/2012).

Ministerio de Comunicaciones de Colombia

2008 *Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones. Disponible en: <http://eduteka.icesi.edu.co/pdfdir/ColombiaPlanNacionalTIC.pdf> (Acceso 23/02/2013).

- Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicaciones en Colombia
 2010 Compromiso en la lucha contra la Pornografía Infantil. Bogotá. Disponible en: <http://archivo.mintic.gov.co/mincom/faces/?id=13848&p> (Acceso 23/02/2013)
- Montes de Oca Sánchez de Bustamante, Antonio
 2004 Arquitectura de información y usabilidad: nociones básicas para los profesionales de la información. *Acimed* 12(6). Disponible en: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol12_6_04/aci04604.htm (Acceso 25/04/2012).
- Moreno, Isidro
 2003 'Creación y desarrollo de un proyecto multimedia interactivo'. Notas para la Maestría en Multimedia Educativo de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Murillo, Mario Alfonso
 2011 "Un tejido de comunicación: medios comunitarios y planes de vida en el norte del Cauca". En: Jose Miguel Pereira y Amparo Cadavid (eds.), *Comunicación, desarrollo y cambio social: interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios*, pp 157-189. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Navarro Colorado, Borja
 2003 "Aspectos retórico-comunicativos del desarrollo de sitios web". Trabajo presentado en *Internacional Society for the History of Rethoric. XIV Biennial Conference*. Madrid y Calahorra. Disponible en: www.dlsi.ua.es/~borja/ishr03.pdf (Acceso 30/10/2012).
- Olsen, Vemund (ed.)
 2008 *Marco legal para los derechos de los pueblos indígenas en Colombia*. Human Rights Everywhere –HREV–. Disponible en: www.hrev.org/wp-content/uploads/2011/02/tp2marcolegal.pdf (Acceso 22/05/2011).
- ONU (Organización de Naciones Unidas) y UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones)

- 2004 *Cumbre mundial sobre la sociedad de la información: Ginebra 2003 – Túnez 2005. Plan de Acción*. Recuperado de: www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0005!!PDF-S.pdf (Acceso 15/02/2011).
- 2006 *Cumbre mundial sobre la sociedad de la información. Ginebra 2003 – Túnez 2005. Compromiso de Túnez*. Recuperado de: <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/7-es.pdf> (Acceso 15/02/2011).
- 2007 *Manual básico sobre la declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas*. Disponible en: https://servindi.org/pdf/ManualBasico_DDPI.pdf (Acceso 24/10/2011).
- Pabón, David
- 2010 “Aportes a un modelo de economía ecológica para programas de sostenibilidad local y regional en Colombia”. Tesis, programa de Master Universitario en Gestion de Empresas: Pymes y Doctorado en Economía Social. Universidad Internacional de Andalucía. Santa María de La Rábida
- Palacios, Marcos
- 2009 La memoria como criterio de valoración de calidad en el ciberperiodismo: algunas consideraciones. *El profesional de la información*. 18 (3): 270-276. Disponible en: <http://grupojol.files.wordpress.com/2011/09/palacios-memoria-e-qualidade-2009.pdf> (Acceso 29/10/2012).
- Pantoja, Antonio
- 2011 Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales. *Tejuelo*. (12): 218-226. Disponible en: <http://iesgballester.juntaextremadura.net/web/profesores/tejuelo/vinculos/articulos/r12/11.pdf> (Acceso 11/11/2011).
- Paz, Olga
- 2004 “Políticas de Gestión del Conocimiento y Usos Sociales de Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, TIC En Tres Programas: La Agenda de Conectividad del Gobierno Colombiano, El Sistema de Información para el Desarrollo Empresarial Rural, SIDER, del Centro Internacional de Agricultura Tropical, CIAT, y el Telecentro Comunitario de

- la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca, ACIN". Tesis, Maestría Andina en Comunicación y Sociedad con Mención en Políticas Públicas para Internet: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales –FLACSO–. Quito.
- Paz, Paulo
 2011 El estado de las investigaciones encontradas en la Web sobre el Tejido de Comunicación de la ACIN. *Revista Perspectivas*. (3): 92-98.
- Piñeiro Otero, Teresa
 2011 La utilización de los podcast en la universidad española: entre la institución y la enseñanza. *Hologramática*. 4 (15): 27-49. Disponible en: http://cienciared.com.ar/ra/usr/3/1282/hologramatica_n15v4pp27_49.pdf (Acceso 19/06/2012).
- Pitxiflú
 2010 Usabilidad Web, ejemplo de malas prácticas. Verificado: 21/11/2016. Disponible en: <http://pitxiflu.com/usabilidad-web-ejemplo-de-malas-practicas/> (Acceso 20/12/2012).
- Restrepo, Natalia
 2011 Comunicación para el cambio social y nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Eticanet*. 9 (11): 158-178.
- Rivera, Diana
 2011 El Ciberperiodismo en Ecuador. Casos de estudio La Hora y Crónica, periódicos de Loja. *Quórum Académico*. 8 (16): 269-280. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/downloadPdf/quorum-academico-revista-especializada-en-temas-de-la-comunicacion-y-la-informacion-16/> (Acceso 2/10/2012).
- Rodríguez, Diana
 2012 Análisis y evaluación de sitios web desde la perspectiva de la usabilidad. Disponible en: www.slideshare.net/dianarodriguezbarros/usabilidad-y-ficha-analisis (Acceso 15/10/2012).
- Rost, Alejandro
 2006 "La interactividad comunicativa en el periódico digital: nosotros, detrás del medio". Trabajo presentado en: *X Jornadas Nacionales de*

- Investigadores en Comunicación. San Juan: Red Nacional de Investigadores en Comunicación.* Disponible en: <http://sm000153.ferozo.com/memorias/pdf/2006rorost.pdf> (Acceso 14/10/2012).
- Salaverría, Ramón
2005 *Redacción periodística en Internet.* Pamplona: EUNSA.
- Sánchez, Esmeralda
2008 Las tecnologías de información y comunicación (TIC) desde una perspectiva social. *Revista Electrónica Educare.* 12: 155-162. Disponible en: www.redalyc.org/pdf/1941/194114584020.pdf (Acceso 15/10/2011).
- Sandoval, E. y Mota, L.
2006 “Indígenas y democracia en las tecnologías de la información y comunicación (TIC)”. Trabajo presentado en: *IV Jornadas Latinoamericanas de Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología.* Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: www.libertadciudadana.org/archivos/Biblioteca%20Virtual/Documentos%20Informes%20Indigenas/Documentos%20Internacionales/Derecho/Indigenas%20y%20Democracia%20en%20las%20Tecnologias%20de%20Informacion%20y%20Comunicacion.pdf (Acceso 15/03/2011).
- Santamaría, S.O.
2011 *Introducción a la usabilidad y su evaluación.* En: repositorio Institucional Universitat Oberta de Catalunya. Colección Materiales Docentes. Disponible en: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/9863> (Acceso 10/10/2012)
- Scolari, Carlos
2009 Alrededor de la(s) convergencia(s). Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios. *Signo y Pensamiento.* 54 (28): 44-55. Disponible en: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/4527/3489> (Acceso 15/10/2012).

- 2010 “Los espacios hipertextuales: la arquitectura de la información”. Disponible en: <http://fcpolit.unr.edu.ar/programa/2010/07/21/los-espacios-hipertextuales-la-arquitectura-de-la-informacion-carlos-scolari/> (Acceso 15/10/2012).
- Serrano, Iván
- 2011 El uso del color y su significado en el diseño Web. Disponible en: www.ivoserrano.com/disenio-web/el-uso-del-color-y-su-significado-en-el-diseno-web/ (Acceso 26/01/2013).
- Servaes, Jan y Patchanee Malikhao
- 2007 Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma? *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*. (4): 43-60. Disponible en: <http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/view/116/109> (Acceso 17/03/2012).
- Stake, Robert
- 1998 *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.
- Tejedor, Santiago
- 2006 “La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de periodismo en España”. Tesis de grado. Programa de Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona. Disponible en: www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4188/stc1de1.pdf?sequence=1 (Acceso 15/11/2012).
- Unás, Viviam
- 2010 Nuevos repertorios tecnológicos y movimientos sociales: el caso de la Asociación Indígena del Norte del Cauca (ACIN). *Revista CS*. 6: 255-282. Disponible en: www.icesi.edu.co/revistas/index.php/revista_cs/article/view/468 (Acceso 15/02/2011).

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

Anexos

Anexo 1. Matriz de análisis. Ficha de análisis sitio web Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca –ACIN–

1. Datos generales del sitio web

Dirección (URL):	http://www.nasaacin.org/
Tema general:	Información general sobre la ACIN, sobre indígenas Nasa y sobre pueblos indígenas del Cauca y de Latinoamérica.
Persona de contacto:	Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida – ACIN.
Correo electrónico:	tejidocomunicacion@gmail.com
Entidad que publica:	Tejido de Comunicación ACIN
Tipo de entidad:	Asociación Indígena.
Ubicación geográfica de la entidad responsable del sitio:	Santander de Quilichao – Cauca.
Entidades que apoyan o que co-editan:	CRIC – Afrodescendientes.com
Periodicidad:	Actualización de noticias diaria.
Idioma(s):	Español.

Premios o distinciones recibidos:	-Premio Bartolomé de la Casas – XIX Edición, otorgado por la Casa de América en España. -Premio a Mejor medio de Comunicación Comunitario en el 2007, otorgado por la Revista Semana.
Copia de la pantalla principal:	

2. Datos específicos de la revisión

Fecha de la revisión (dd/mm/aaaa):	21/01/2013 hasta 24/01/13
Nombre(s) del experto(s) que valida(n) la ficha de análisis:	Doctor César Alberto Collazos.
Datos experto(s):	Ingeniero en Sistemas y Computación Universidad de Los Andes – Doctor en Ciencias de la Computación Universidad de Chile.

3. Claridad de objetivos y propósitos: La interfaz debe comunicar de manera inmediata su propósito, objetivo y funciones.

Objetivo(s) general(es) del sitio web:	Sí/No y por qué:
Objetivos secundarios del sitio web:	Sí/No y por qué:
Cuál o cuáles objetivos está cumpliendo?	Sí/No y por qué:
- Político	Sí/No y por qué:
- Comunitario	Sí/No y por qué:
- Cultural	Sí/No y por qué:
- Informativo	Sí/No y por qué:
- Proyección nacional	

- Proyección mundial	
- Visibilización	Sí/No y por qué:
- Ciberactivismo	Sí/No y por qué:
¿El propósito u objetivo del sistema es claro y obvio? ¿Con un simple vistazo se sabe para qué sirve?	Sí/No y por qué:
En el caso de existir más de un objetivo, ¿estos están relacionados con el objetivo o función global del sitio y establecen coherencia entre ellos?	Sí/No y por qué:
¿Se muestra de forma clara qué contenidos y servicios ofrece el sitio web?	Sí/No y por qué:
¿Se muestra de forma clara las funcionalidades y acciones que el usuario puede llevar a cabo con el sitio?	Sí/No y por qué:

4. Descripción de públicos

Público-usuarios primarios o principales	
Público-usuarios secundarios	

5. Descripción de prescriptores

Prescriptores evidentes del público primario*	
---	--

6. Descripción de homologadores

Personas	
Instituciones	

7. Descripción del eje creativo (si lo tiene)

8. Características del producto informativo digital

8.1 Arquitectura y navegabilidad (marque con una X)

- Estructura lineal
- Estructura lineal con metaestructura interactiva
- Estructura jerárquica o de árbol (X)
- Estructura multiarborescente
- Estructura no lineal o de red
- Estructura semiabierta
- Estructura compuesta
- Estructura convergente

Descripción de secciones y subsecciones

Secciones principales:
Secciones secundarias o complementarias:

Conveniencia de la estructura

¿Es conveniente este tipo de estructura para los propósitos del sitio web?	Sí/No y por qué
¿Es conveniente este tipo de estructura para el tipo de público objetivo?	Sí/No y por qué
¿En la estructura se consideran los prescriptores? ¿Hay secciones/contenidos específicamente para ellos?	Sí/No y por qué

8.2 Interfaz

Tipo de interfaz que predomina (marque con una X)

- Interfaces tipográficas (X).
- Interfaces icónicas
- Interfaces icónico-tipográficas
- Interfaces simbólicas
- Interfaces Simbólico-tipográficas
- Interfaces Mimético-naturales
- Interfaces abiertas o de realidad virtual
- Interfaces semiabiertas o simuladoras de realidad virtual
- Interfaces convergentes
- Otros tipos de interfaces

Descripción de la interfaz

Diagramación empleada en las pantallas: distribución de párrafos, interlineado, jerarquías de la imagen.	
Tipografía empleada: fuente, tamaño, color, efectos, jerarquías de los textos, entradillas, capitulares, destacados.	
Iconicidad de la imagen: color, tamaño, tipo de imagen (ilustración, fotografías, vectores, esquemas, video, animación).	
Colores predominantes: ¿cuándo son utilizados?, ¿cuándo cambian? y ¿cuál es su intensidad?	

Conveniencia de la interfaz

¿Es conveniente este tipo de interfaz para los propósitos del sitio web?	Sí/No y por qué
¿Es conveniente este tipo de interfaz para el tipo de público objetivo?	Sí/No y por qué

8.3 Usabilidad

¿Los usuarios pueden hacer lo que necesitan en el sitio de forma precisa?	Sí/No y por qué
¿El usuario requiere mucho esfuerzo para alcanzar su objetivo?	Sí/No y por qué
¿La Percepción del usuario frente a la facilidad de uso del producto es positiva?	Sí/No y por qué

Otros factores de usabilidad:

Operatividad: ¿El sitio permite al usuario realizar de forma efectiva sus operaciones?	Sí/No y por qué
Optimización del tiempo: ¿Las acciones realizadas en el sitio se desarrollan rápidamente?	Sí/No y por qué
Robustez: ¿El sitio ofrece apoyo al usuario en la recuperación de la información y en la realización de las tareas?	Sí/No y por qué
Utilidad del sitio: ¿Los contenidos del sitio son útiles y aplicables?	Sí/No y por qué
Velocidad: ¿Los contenidos del sitio cargan velozmente?	Sí/No y por qué

8.4 Accesibilidad

¿El tamaño de fuente se ha definido de forma relativa, o por lo menos, es lo suficientemente grande como para no dificultar la legibilidad del texto?	Sí/No y por qué
¿El tipo de fuente, efectos tipográficos, ancho de línea y alineación empleadas facilitan la lectura?	Sí/No y por qué
¿Existe un alto contraste entre el color de fuente y el fondo?	Sí/No y por qué
¿Es compatible el sitio web con los diferentes navegadores?	Sí/No y por qué
¿Puede el usuario disfrutar de todos los contenidos del sitio web sin necesidad de tener que descargar e instalar plugins adicionales?	Sí/No y por qué
¿Se puede imprimir la página sin problemas?	Sí/No y por qué
¿Se utilizan animaciones no controladas por el usuario?	Sí/No y por qué
¿Es posible guardar información de la página Web?	Sí/No y por qué
¿Existe un vínculo que permite volver a la página inicial?	Sí/No y por qué
¿Es posible aumentar y disminuir el tamaño de la letra?	Sí/No y por qué
¿La página es accesible para personas con limitaciones visuales, auditivas, motrices, etc.?	Sí/No y por qué

8.5 Interacción e Interactividad

Posibilidades de interactividad (del usuario con el contenido).	Sí/No y por qué
Posibilidad de interacción entre el usuario y la persona o entidad que publica el contenido.	Sí/No y por qué
Posibilidad de interacción entre usuarios del sitio web.	Sí/No y por qué

8.6 Visualización

El sitio posee un diseño claro y atractivo para el usuario/público hacia el que va dirigido.	Sí/No y por qué
Posee un diseño inequívoco, agradable y entendible	Sí/No y por qué
La metáfora del diseño se comprende fácilmente.	Sí/No y por qué
El manejo y el diseño de los recursos, están bien pensados y contruidos, facilitan la captación y el aprendizaje de la información en poco espacio y tiempo.	Sí/No y por qué
La visualización del sitio orienta y guía al usuario, o hace que este se “pierda”, se aburra y abandone la aplicación.	Sí/No y por qué

Visualización del estado del sistema: Un sistema siempre debe mantener informado al usuario sobre lo que está pasando a través de un feedback apropiado en un tiempo razonable.

¿La interfaz del sitio web incluye de forma visible el título del sitio, de la sección o el título de la página?	Sí/No y por qué
¿Se sabe en todo momento dónde está posicionado?	Sí/No y por qué
¿Los vínculos están claramente diferenciados?	Sí/No y por qué
Los menús de instrucciones, puntos de entrada de datos y mensajes de error ¿aparecen en el mismo lugar o menú de la pantalla?	Sí/No y por qué

8.7 Comodidad y Flexibilidad

¿La presentación de los contenidos es familiar o comprensible para el usuario?	Sí/No y por qué
¿Las metáforas e iconos que utilizan son entendibles para el usuario y facilitan la interacción con la interfaz?	Sí/No y por qué
¿La interfaz usa el lenguaje del usuario con palabras, frases y conceptos que le son familiares?	Sí/No y por qué
¿Son consistentes y se corresponden con la realidad los literales de los botones de acción?	Sí/No y por qué
¿La información está estructurada con títulos, negritas y viñetas?	Sí/No y por qué
¿El lenguaje y la disposición de la información es asequible y de lectura rápida para el usuario?	Sí/No y por qué
¿La estructura y presentación de la información no necesita explicaciones o información adicional para su comprensión?	Sí/No y por qué
¿Se utiliza el lenguaje en forma directa, no impersonal?	Sí/No y por qué

8.8 Facilidad de aprendizaje

¿Existen en el sitio mecanismos que faciliten y profundicen el proceso de aprendizaje, como: talleres, mapas conceptuales, preguntas y respuestas; evaluación y seguimiento, tutoriales y herramientas de navegación y búsqueda?	Sí/No y por qué
¿El sitio ofrece la posibilidad de predecir qué acción realizará un control determinado?	Sí/No y por qué
¿El sitio facilita que el usuario pueda reconocer de forma rápida y clara qué acciones puede realizar?	Sí/No y por qué
¿El sitio facilita al usuario la posibilidad de reconocer de forma rápida y clara qué acciones son más relevantes?	Sí/No y por qué

8.9 Frecuencia

¿El sitio web posee un contador de visitas?	Sí/No y por qué
¿Se presentan errores con frecuencia en el sitio?	Sí/No y por qué
Cuando se produce un error ¿Se avisa de forma clara al usuario de lo ocurrido y se le explica cómo solucionar el problema?	Sí/No y por qué

8.10 Funcionalidad

¿Las respuestas del sitio a una búsqueda o necesidad de determinado material, producto u objeto son acertadas?	Sí/No y por qué
¿Los usuarios alcanzan los objetivos especificados en el sitio, de forma plena y precisa?	Sí/No y por qué
¿El sitio funciona adecuadamente?	Sí/No y por qué
¿El sitio se encuentra siempre disponible para los usuarios?	Sí/No y por qué
¿Se puede acceder al sitio fácilmente y desde cualquier lugar?	Sí/No y por qué
¿La movilidad dentro del sitio es fácil?	Sí/No y por qué
¿El sitio posee un sistema de acceso fácil a los contenidos?	Sí/No y por qué

8.11 Multimedialidad e Hipertextualidad

Multimedialidad:

¿El sitio presenta la combinación de diversos medios y tipos de información (textual, icónica, sonora, audiovisual)?	Sí/No y por qué
¿Las fotografías están bien recortadas? ¿Son comprensibles? Y ¿Se ha cuidado su resolución?	Sí/No y por qué

¿Las metáforas visuales son reconocibles y comprensibles por cualquier usuario?	Sí/No y por qué
¿El uso de imágenes, animaciones y audios proporcionan algún tipo de valor añadido?	Sí/No y por qué
¿En el sitio se ha evitado el uso de animaciones cíclicas?	Sí/No y por qué
¿El contenido multimedia del sitio se podría considerar, atrayente, dinámico y agradable?	Sí/No y por qué

Hipertextualidad:

¿El sitio ofrece un hipertexto que permite captar con rapidez cómo se navega y permite ubicar cuáles son los comandos básicos para localizar la información?	Sí/No y por qué
¿El sitio permite a los usuarios entender la estructura básica de la Red de contenidos y de enlaces?	Sí/No y por qué
¿Los usuarios del sitio encuentran la información rápidamente o al menos descubren rápidamente que lo que buscan no está en esa red?	Sí/No y por qué
¿Los usuarios al llegar a un contenido del sitio pueden orientarse rápidamente y entender su significado en relación con su punto de partida?	Sí/No y por qué
¿El hipertexto ofrecido en el sitio es fácil de recordar, se reconocerá después: la ruta recorrida por la red, contenidos marcados y convenciones especiales?	Sí/No y por qué
¿El hipertexto ofrecido en el sitio es amigable, es decir, permite al usuario ejercer el control sobre este y navegar libremente?	Sí/No y por qué

8.12 Inmediatez

¿Existe renovación constante de los contenidos en el sitio?	Sí/No y por qué
¿Se observa actualización constante en las noticias publicadas en el sitio?	Sí/No y por qué

8.13 Memoria

¿En el sitio existe la posibilidad de recuperar información anteriormente producida?	Sí/No y por qué
¿En el sitio existe un archivo histórico de sus noticias o de informaciones publicadas?	Sí/No y por qué

8.14 Sobre los contenidos (Retórica)

Estilo de redacción:

Políticas editoriales:

Estética y diseño minimalista:

¿Se muestra en la pantalla la información esencial para tomar decisiones, y sólo esta información?	Sí/No y por qué
¿Existe redundancia de información en la página?	Sí/No y por qué
¿La información es corta, concisa y precisa?	Sí/No y por qué
¿Las fuentes son legibles y tienen un tamaño adecuado?	Sí/No y por qué
¿El texto es fácil de hojear, está bien organizado y las frases no son muy largas?	Sí/No y por qué
¿Cada elemento de información se distingue del resto y no se confunde con otros?	Sí/No y por qué

9. Conclusiones

Desventajas o limitaciones del sitio web:	
Aspectos a destacar:	
Aspectos a mejorar:	

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

Índice analítico

A

- accesibilidad 69, 72, 102, 131, 171, 184
ACIN 6, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 21, 22, 23, 25, 27, 30, 31,
35, 36, 37, 38, 40, 42, 44, 49, 50, 56, 58, 59, 60, 64, 68,
72, 78, 82, 83, 84, 88, 92, 93, 94, 98, 99, 100, 101, 107,
109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 121,
122, 124, 125, 126, 127, 128, 132, 133, 136, 138, 141,
143, 146, 147, 148, 149, 155, 156, 157, 158, 159, 160,
161, 162, 164, 165, 168, 175, 177, 179
apropiación ciudadana de las TIC 5, 46
arquitectura 65, 69, 77, 102, 120, 173, 182
Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca –
ACIN– 6, 11, 13, 21, 22, 23, 25, 56, 97, 107, 165, 175,
179

C

- comunicación comunitaria 16, 37, 109, 149, 156, 157, 158,
159, 160
comunicación Digital 9, 14, 26, 77, 80, 81, 82, 92, 161, 172,
197
comunicación para el desarrollo y el cambio social 37
conectividad 5, 22, 31, 169, 175
convergencia 83, 84

D

- diagnóstico de una página web 88, 97, 107
dinámicas comunicativas 14, 19, 108

E

estrategias comunicativas 12, 13, 19, 20, 25, 26, 27, 29, 31, 45,
47, 64, 100, 102, 107, 113, 116, 148, 155, 156, 158, 160
estudio de casos 177
etnografía virtual 14, 97

F

factores esenciales del producto digital 68, 172
frecuencia 69, 81, 102, 141, 188
funcionalidad 69, 81, 102, 142, 188

H

hipertextualidad 83, 85, 87, 143

I

Inmediatez 89, 102, 146, 190
interacción 19, 26, 36, 40, 45, 46, 64, 66, 69, 74, 75, 80, 82, 87,
91, 93, 103, 108, 125, 133, 134, 136, 137, 139, 149, 150,
151, 159, 162, 170, 185, 187
Interactividad 69, 82, 83, 93, 102, 185
interfaz 73, 74, 75, 76, 77, 79, 102, 112, 125, 127, 128, 129,
137, 139, 180, 182, 183, 184, 186, 187

M

memoria 90, 93, 102, 146, 190
multimedialidad 85, 93, 102, 143, 168, 188

N

Nasa 165
navegabilidad 77, 100, 120, 129, 182

O

observación no participante 100, 107

P

políticas públicas de los pueblos indígenas en Colombia 55
pueblos indígenas 11, 36, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 58,
109, 112, 113, 119, 121, 127, 146, 156, 174, 179

R

retórica 84, 85, 87, 88

S

sociedad de la Información y del Conocimiento 16, 48

T

Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad
y la Vida 12, 59, 179

TIC 5, 14, 16, 21, 22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 46, 47, 48, 49, 50,
56, 57, 68, 98, 167, 168, 175, 176

U

usabilidad 69, 81, 92, 102, 129, 169, 175, 184

V

visualización 69, 73, 102, 136, 137, 185, 186

W

Web 2.0 63, 167

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

El autor

Paulo César Paz Ramos

Magíster en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín. Especialista en Docencia para la Educación Superior de la Universidad Santiago de Cali. Comunicador Social-Periodista de la Universidad Autónoma de Occidente de Cali.

Autor de diferentes artículos académicos, ha tenido la oportunidad de participar como ponente de sus trabajos investigativos en eventos de carácter nacional e internacional.

Fue director del programa de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria ComfacaUCA-UnicomfacaUCA. Actualmente es docente investigador de tiempo completo de esta Institución. Director del grupo de investigación 'Comunicación para la ciudadanía' del programa de Comunicación Social-Periodismo de UnicomfacaUCA y Coordinador del Semillero Comunicar UnicomfacaUCA.

Al inicio de su experiencia profesional laboró en la Fundación Universitaria de Popayán, como coordinador de medios de la Universidad Virtual en convenio con el ITESM.

En la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad del Cauca fue docente ocasional de tiempo completo, orientó las cátedras de Lecto-escritura y fue editor de la versión impresa e hizo parte del comité editorial de la revista Biotecnología en el sector Agropecuario y Agroindustrial.

No comercializable

No comercializable

No comercializable

No comercializable

Este libro fue diagramado utilizando fuentes ITC Garamond Std a 10,5 pts,
en el cuerpo del texto y Soho Std en la carátula.

Se empleó papel propalibro beige de 70 grs. en páginas interiores
y propalcote de 220 grs. para la carátula.

Se imprimieron 200 ejemplares.

Se terminó de imprimir en Samava Ediciones
en abril de 2017

No comercializable

Se presenta un diagnóstico crítico de la propuesta comunicativa desarrollada en el sitio Web de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca —ACIN—, como parte de la estrategia de comunicación estructurada por su Tejido de Comunicación y de Relaciones Externas para la Verdad y la Vida. Desde un enfoque cualitativo, y usando como método de estudio de caso, se hace el análisis desde dos perspectivas. La primera, más general, revisa aspectos como la Sociedad de la Información y el Conocimiento; el estado de la conectividad, el acceso y la apropiación social de las Tecnologías de la Comunicación y la Información —TIC—, los planteamientos de la comunicación para el desarrollo, el cambio social, y el contexto indígena con sus diferentes modelos y acciones. La otra, más concreta, centrada en algunos aspectos relevantes de la comunicación digital, especialmente ligados a la usabilidad. Ambas se conjugan para comprender holísticamente el producto digital con respecto a los cambios sociales que producen las TIC, a los objetivos generales de comunicación de la ACIN, a las particularidades e intereses de los emisores, y también a la luz de sus otras estrategias de comunicación, con el fin de extraer aprendizajes que permitan establecer acciones de mejora, utilizarlos en otras experiencias y aportar a las teorías de la comunicación digital.



Universidad
del Cauca®
Vigilada Mineducación



9 789589 472477