

# DOCUMENTO BÁSICO DE ACCESO A TIC PARA ONG



Este documento tiene el objetivo de acercar las nuevas tecnologías a las Organizaciones Sin Ánimo de Lucro, con el objetivo de incrementar su visibilidad en el panorama nacional.

**Documento para el Sistema Nacional de Voluntariado.**

**Documento Realizado por Cristina Herranz Cabrilla.**

**Junio de 2013**

*Abreviaturas y Acrónimos*

---

**ONG** (Organización No Gubernamental)

**TIC** (Tecnologías de la Información y la Comunicación)

*Índice*

---

Introducción.....	4
Qué queremos comunicar?.....	5
Herramientas.....	7
Web .....	7
Redes sociales .....	9
Conclusiones .....	14

## *Introducción*

---

La comunicación para el sector de las organizaciones sin ánimo de lucro está siendo imprescindible para mantenerse como un actor de relieve en el panorama actual. La crisis económica global ha cambiado la esfera de financiación y acceso a subvenciones públicas del Tercer Sector, por lo que hay que buscar nuevos métodos para acercarse a la sociedad e incrementar la base social de las organizaciones.

La comunicación es definida como el proceso por el cual se transmite una información. Durante décadas las ONG ha comunicadas las actividades o actuaciones que han desarrollado, pero la mera comunicación ahora no es suficiente.

El siglo XX vio nacer a las Nuevas tecnologías, dando lugar a lo que se denominó como “Revolución Digital”. En cambio en el Siglo XXI viviendo una nueva era, en dónde el acceso a la comunicación está cada vez más presente en la vida de las personas, en gran medida por el acceso a Internet. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) están al alcance de cualquier organización que quiera usarlas. El uso de estas nuevas tecnologías contribuirá al incremento de la base social de la organización y por ende su visibilidad a escala nacional.

### Qué queremos comunicar?

5

La manera de comunicar un mismo acto puede ser deferente según el enfoque que se utiliza. Por ello la organización deberá definir la manera en que desea comunicar sus acciones. Existen instituciones que enfocan la comunicación como problemas globales, desde el advocacy o la incidencia política. En cambio, otras organizaciones se centran más en visión de la estética de la catástrofe y el enfoque paliativo. Es imprescindible que previamente a iniciar un proceso de comunicación o una campaña se identifique, en función de la misión y visión de la organización el tipo de enfoque que se va a utilizar.



La organización deberá crear una estructura, departamento o persona responsable de la comunicación de la organización. Sabido es la dificultad de acceso a fondos económicos que tienen las organizaciones, pero es importante que se identifique un responsable que atienda a las estructuras de comunicación.

Los medios de comunicación son extensos, televisión, periódicos, radio, y en los últimos años se han incorporado las redes sociales. Se ha de tener en cuenta el protocolo de acceso y

publicación en estos medios de comunicación y también el coste económico que puede suponer a la organización. En general las Instituciones in ánimo de lucro se han decantado por fortalecer su visibilidad en las redes sociales, dado que llegan de manera inmediata y el coste es muy reducido y en ocasiones inexistente.



Una vez de identifiquen estas cuestiones iniciales, la organización deberá realizar un proceso en el que se desarrolle un plan de comunicación, en el programe y planifique como va a desarrollar su campaña de comunicación o su acción de comunicación.

Lo primero a tener en cuenta es qué es lo que queremos comunicar. Es muy importante definir muy bien que evento, actividad, programa, etc. queremos comunicar. También se deberá tener en cuenta el objetivo de nuestra comunicación, es decir que queremos conseguir lanzando la noticia o la campaña. Luego se deberá tener en cuenta hacía que grupo, personas o colectivo queremos dirigir nuestra comunicación.

## Herramientas

---

### Web

---

7

La página web es la puerta de entrada a la organización en el mundo virtual. Los usuarios y usuarias de internet lo primero que verán cuando se interesen por una organización será su página web.

El objetivo de la página Web es dar a conocer a la organización, sensibilizar, aumentar la base social, captar socios, fidelizar socios, etc. Las organizaciones deben tener muy presente que información subirán en la página web. Será aquella información que consideren imprescindible para dar a conocer su organización.

Para la creación de la página web deberemos de contratar a profesionales del sector o bien encargárselo al personal de la organización cualificado para esta actividad. Antes de iniciar la creación de la página web se deberá estructurar la creación de la página.



Lo importante de cara a sentar las bases y creación de la web es implicar a todos los miembros de la organización. La visión en conjunto es importante para poder nutrir la web de información que llegue a todos los grupos de personas (género, edad, profesión, etc.).

Teniendo la visión del conjunto de los miembros de la organización la página web será mucho más completa.

Planificar los contenidos de la página web. Es importante planificar el objetivo de nuestra web, hacia que colectivo va dirigida, cada cuánto tiempo se actualizará, que impacto esperamos que tenga, etc.

El contenido es el ingrediente esencia de la página web. Lógico es que un diseño atractivo incita mucho más a entrar en un sitio. Pero también es fundamental el mensaje que queremos hacer llegar. Por tanto definir los contenidos de la web es esencial para que los usuarios y usuarias de internet visiten la página web con asiduidad.



Para comenzar la creación de nuestra página web se deberán tener presentes tres elementos que son necesarios para poder lanzarla.

El dominio. La dirección electrónica web, aunque también se denomina URL. Las organizaciones pueden tener un único dominio o varios (com, org, etc.).

El Alojamiento (hosting). Es el espacio donde se alojan los archivos de una web. Existen alojamientos gratuitos y otros que son de pago.



Lenguajes de marcado o programas software. Para la construcción de una página web se pueden crear diferentes lenguajes.

Por último, una vez tengas creada la página web institucional, busca el posicionamiento en los diferentes buscadores que existen, para que las personas interesadas te encuentren con facilidad.

## *Redes sociales*

---

Las redes sociales se han extendido rápidamente en los últimos años, y han pasado a ser parte activa de la vida de muchas personas. Las organizaciones de la sociedad civil se han lanzado al uso de esta herramienta para acercarse a la sociedad civil y de esta manera incrementar su base social y hacer llegar su mensaje. También son usadas para sensibilizar a la población sobre un problema concreto.

Empresas del sector tecnológico y empresas de internet han establecido diferentes rankings sobre el uso de las redes sociales y las que prácticamente encabezan los primeros puestos son Facebook, twitter. Por ello, nos centraremos en estas dos plataformas.

### *Facebook*

Facebook es una herramienta que está al alcance de cualquier organización, debido a su fácil acceso y uso y al coste que es prácticamente nulo. Por ello, las organizaciones deben intentar en la medida de sus posibilidades y criterios internos, comenzar a crearse un perfil en Facebook.



fakebook®

10

En primer lugar para la apertura de un perfil el facebook deberemos tener en cuenta los objetivos del recurso. Es decir, Para qué sirve en general, para que lo vamos a utilizar, etc.

**Posicionamiento.** Nos puede ayudar al posicionamiento de la página web, incrementando nuestras visitas a nuestra página web.

**Visibilidad.** Tener mayor visibilidad en redes sociales y que la gente pueda formar parte de la organización.

**Para conseguir marca.** Es importante que tengamos una marca institucional establecida y a través de este recurso publicitar nuestra marca.

**Difusión:** podemos difundir todas nuestras actividades y/o campañas de sensibilización y que de esta manera lleguen a más personas.

**Par difundir el mensaje y la filosofía de la organización.** Que los usuarios y usuarias de Facebook conozcan la misión, visión y objetivos de la organización.

Una vez que hemos clarificado la estructura de para que vamos a utilizar esta herramienta y cuál es nuestro objetivo, el siguiente paso es la creación del perfil.

Para crear el perfil institucional de la organización en facebook, es sumamente sencillo. Simplemente se han de seguir una serie de pasos básicos que te van indicando como crear tu nuevo perfil.

Lo que debemos tener en cuenta es el designar a una persona que se encargue de las actualizaciones y publicar nuevas noticias. Como se ha señalado, las redes sociales son

herramientas extremadamente rápidas, dado que se publican cientos de noticias prácticamente cada segundo. Por ello, debemos establecer un pequeño protocolo de publicación, para que nuestro perfil de facebook siempre esté activo.

### Twitter

11

La Wikipedia define esta herramienta como la red que permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tuits, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tuits de otros usuarios – a esto se le llama "seguir" y a los usuarios abonados se les llama "seguidores", "followers" y a veces tweeps<sup>10</sup>. Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a unos seguidores determinados. Destacar que se puede compartir y recibir información de manera instantánea.



Twitter es una de redes que está más de moda en la actualidad. También deberemos de establecer un protocolo sobre qué cuestiones o noticias vamos a publicar en esta red, a quién queremos dirigirnos y quién va a ser la persona encargada de publicar en Twitter.

Twitter establece dos formas de publicar noticias, eventos, etc.:

- **Menciones:** las menciones van precedidas de @ y hacen referencia a personas o perfiles. Por ejemplo @name.

- **Handstag:** son como etiquetas, temas o topics. Pueden ser de cosas concretas como actividades, cursos, o noticias, o temas de actualidad. Van precedidos por el símbolo de almohadilla # :

El objetivo de abrir un perfil el Twitter será igualmente aumentar la visibilidad de la organización en la red. Asimismo, se incrementaran los seguidores de la institución y por ello el impacto que tengan nuestras acciones se incrementarán, dado que la seguirán un mayor número de personas.

En general es interesante que hacer comentarios informales, pero sobre todo interesantes y que aporten un valor agregado, también está muy bien que la organización haga comentarios o reenvíe (Retwittear) informaciones de las organizaciones homólogas.

Es interesante saber que también es posible subir imágenes o fotografías y comentarlas, Por lo que siempre que la organización tenga algún documento gráfico de las actividades realizadas, puede publicarlas en esta plataforma y que sus seguidores las comenten.

La información está abreviada Los mensajes cortos permiten obtener información directa y precisa, y evitan el uso excesivo de palabras. Esto hace más fácil recordarlos y así poder comentarlos con amigos o personas que no estén en Twitter. Puedes informarte de las últimas noticias Twitter también sirve para mantenerte informado de lo que ocurre en tu ciudad, país y en otros lugares del planeta. **Diversos medios de comunicación han creado sus cuentas en Twitter** y comparten constantemente sus últimas noticias, videos y artículos con sus seguidores.

A continuación se dan unas sugerencias interesantes para el buen funcionamiento de Twitter.

- Está bien que leas tweets de gente o seguidores afines para que veas que van
- Promociona a otra gente que te interese, comentando o reenviando sus tweets.
- Promociona los tweets nuevos o menos seguidos más que los “nombres”.
- Haz los hashtags pequeños y simples. Necesitamos espacio para tweetear.
- Retweetear a alguien con palabras bonitas sobre ti es poco convincente y no te dará más atención. Pero está bien hacerlo de los demás.
- Invita aa otras organizaciones o profesionales del sector a Twitter y después haz que sea algo útil para ellos.
- Utiliza Twitter como una herramienta de comunicación personalizada.

- Está bien tweetear los posts de tu blog pero prueba a proponer una pregunta que dirija al lector hacia tu blog.
- ¿Puedes invitar a tus seguidores en Twitter a otras plataformas sociales, como LinkedIn o Facebook? Seguro que sí.
- Hacer que los demás tweeteen tus posts, noticias o registros es útil pero, a veces, se acaba convirtiendo en un montón de barrage o spam.
- Los tweets que nos dirigen a fotografías, vídeos o música son siempre una forma genial de mejorar la experiencia.
- Hacer preguntas en Twitter sirve para hacer comentarios y opiniones interesantes en los blogs.
- Empieza a pensar en 120 caracteres (recuerda reservar 20). Cada uno de estos consejos se puede tweetear.

### *Conclusiones*

---

Como hemos podido comprobar, las TICs son un fenómeno que las organizaciones sin ánimo de lucro han de utilizar para aumentar su visibilidad en la red e incrementar su base social.

Las herramientas, como las redes sociales, están al alcance de cualquier organización, simplemente se requiere de planificación para poder publicar cuestiones relativas a la organización.