

Coordinación de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital

**Creación de un espacio digital 2.0 para promover la Fundación
Afroamiga y difundir contenidos sobre afrodescendencia**

Trabajo Especial de Grado presentado para optar
al Título de Especialista en Periodismo Digital

Autora: Janite Fuentes Paredes

Tutor: Irabert López Quintero

Caracas, febrero de 2011

(Carta de aprobación del tutor)

Caracas, 07 de febrero de 2011

Comité Académico de la Coordinación de Estudios de Postgrado

Especialización en Periodismo Digital

Coordinación

Presente

Por este medio le comunico que he revisado el Trabajo especial de Grado titulado *Creación de un espacio digital 2.0 para promover la Fundación Afroamiga y difundir contenidos sobre afrodescendencia*, que está presentando la alumna Janite Fuentes Paredes, C.I.12.961.998, el cual avalo y considero reúne los requisitos para su evaluación y aceptación por parte del Jurado examinador.

Se suscribe atentamente,

Irabert José López Quintero/

(Nombre y firma del tutor del Trabajo Especial de Grado)

C.I. 9.830.422

Dedicatoria

A mi Dios Todopoderoso: por su bondad, por ser mi fiel compañero y permitirme siempre alcanzar las metas que me propongo.

A mi madre: por su amor, sus detalles, apoyo, atenciones y por ser siempre muy especial conmigo.

A mi hijo, mi amado Gabito: por su amor incondicional, su bondad y paciencia al ceder parte del tiempo que le pertenecía.

A mis hermanos: por quererme tanto, por sus palabras de aliento y por soportar mis ausencias durante el desarrollo del presente trabajo de grado.

Agradecimientos

A Dios Todopoderoso, guía incansable de mis pasos, ser incondicional, dador de fortaleza y de fe. Gracias a ti señor que fuiste clave para culminar con éxito este proyecto.

A Irabert López, tutor de este trabajo, por su tiempo, por sus valiosos y acertados consejos, revisiones y correcciones.

Al profesor Reinaldo José Bolívar por su respaldo y confianza al permitirme crear el espacio digital de la Fundación Afroamiga.

A mi compañera Lauribel Rojas, por su amistad, solidaridad, cariño y apoyo.

A todos los profesores de la Especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila por sus enseñanzas.

A Yubiri Isasis por su dedicación al diseñar el logo de la Fundación Afroamiga.

A Johanna Leal por las minuciosas y acertadas correcciones realizadas en el texto de este Trabajo Especial de Grado.

Resumen

Janite Fuentes Paredes: Creación de un espacio digital 2.0 para promover la Fundación Afroamiga y difundir contenidos sobre afrodescendencia. Universidad Monteávila. Comité de Estudios de Postgrado. Especialización en Periodismo Digital. Trabajo Especial de Grado. Caracas, Distrito Capital. 2011.

La presente investigación pretende contribuir con la Fundación Afroamiga a través de la creación de un espacio digital 2.0 que le permita, mediante el uso de las herramientas interactivas de la Web, ser conocida por un mayor número de personas, proyectar su imagen y captar nuevos colaboradores y voluntarios. La elaboración de este trabajo atiende a la modalidad de investigación y desarrollo, que se enfoca principalmente en la creación de un producto o servicio para atender una necesidad específica que se ha detectado previamente. Por ello, este Trabajo Especial de Grado se enfoca en crear un espacio digital 2.0 para promover la Fundación Afroamiga y difundir temas relacionados con la afrodescendencia. La creación del sitio Web de Afroamiga se hizo utilizando la plataforma del sistema de blogs de Wordpress que, como todos los servicios de bitácoras, permite que los usuarios interactúen al acceder a los contenidos publicados. El espacio digital de la Fundación, además de proporcionar noticias, informaciones y otros contenidos relacionados con la afrodescendencia, pretende propiciar la participación de la audiencia no sólo a través de comentarios, consultas y/o sugerencias, sino también del suministro de materiales que puedan ser incorporados al espacio digital. Este Trabajo Especial de Grado es un aporte para el campo de la comunicación social en Venezuela, con trascendencia internacional por el tema de la afrodescendencia abordado en detalle. Igualmente, constituye un aporte al postgrado de Periodismo Digital, en particular, y para la Universidad Monteávila, en general, por tratarse de un tema actual, que contribuye a ampliar los conocimientos de los estudiantes interesados en desarrollar una página Web a través del uso del blog como plataforma principal.

Palabras clave: espacio digital, Web 2.0, blog, página Web, sitio Web, periodismo digital, comunicación, organizaciones, ONG, afrodescendencia, Fundación Afroamiga

Tabla de contenido

Carta de aprobación del tutor	2
Dedicatoria	3
Agradecimientos.....	4
Resumen.....	5
Tabla de contenido	6
Introducción	9
Capítulo I: Marco teórico referencial.....	13
1.- Un acercamiento a las organizaciones.....	13
2.- La comunicación en las organizaciones	14
3.- Internet como soporte digital para las organizaciones.....	16
4.- Factores que motivan la presencia de las ONG en Internet	22
5.- Las ONG en la Web 2.0.....	26
6.- La Web 2.0 como plataforma para la promoción de organizaciones	37
7.- Diseño de blogs.....	39
Capítulo II: Marco Contextual	42
1.- La Fundación Afroamiga.....	42
2.- Una mirada a la afrodescendencia	44
Capítulo III: Diseño Metodológico	49
1.- Tipo de investigación.....	49
2.- Objetivo general	50
2.1.- Objetivos específicos.....	50
3.- Etapas y estrategias	50
3.1.- Planificación del espacio digital	50

3.2.- Establecimiento de la misión y los objetivos del sitio Web	51
3.2.1.- Misión	51
3.2.2.- Objetivos.....	51
3.3.- Definición de las audiencias del espacio digital.....	51
3.4.- Selección de la plataforma Web	52
3.5.- Creación del espacio digital.....	53
3.6.- Definición del contenido.....	54
3.7.- Disposición y distribución de los contenidos.....	54
4.- Difusión y promoción del sitio Web de Afroamiga	56
4.1.- Registro en buscadores y directorios.....	60
Capítulo IV: Desarrollo de afroamiga.wordpress.com: la afrodescendencia en la Web 2.0.....	63
1.- Misión del espacio digital de Afroamiga.....	63
2.- Objetivos del espacio digital de Afroamiga	63
3.- Audiencias del espacio digital de Afroamiga	64
4.- Evolución de los aspectos gráficos del sitio de Afroamiga	64
5.- Estructura del contenido.....	72
6.- Colores del sitio Web.....	91
7.- Tipografía del espacio digital	92
8.- Widgets, aplicaciones y herramientas del sitio	92
9.- Primeros alcances del espacio digital de Afroamiga	100
10.- Estrategias de posicionamiento y resultados obtenidos	104
Conclusiones	108
Recomendaciones	112
Trabajos citados	114

Anexos.....	121
Anexo A.....	121
Anexo B.....	124
Anexo C.....	125
Anexo D.....	131

Introducción

Hoy en día es imposible negar la importancia de Internet y los múltiples beneficios que genera a una organización contar con un espacio digital propio. Tan sólo intentar ocultar esta realidad sería absurdo porque como señala Navarro Zamora (2009) “en la actualidad toda organización debe entablar vínculos de comunicación a través de las páginas Web. No estar presente de esta manera es salir de la realidad”.

Precisamente, el gran potencial que posee Internet para comunicar, difundir e informar, entre otras funciones, ha provocado que muchas personas hayan hecho de este medio su principal fuente de consulta y de búsqueda de información sobre los más diversos temas.

Esta realidad ha impulsado a un gran número de empresas, medios informativos o de difusión, organizaciones, instituciones públicas y privadas, así como a personas en particular, a disponer de sus propias páginas Web como herramienta que les permita darse a conocer y ofrecer sus servicios y/o productos, según sea el caso.

La presente investigación tiene su foco central en la creación de un espacio digital, a través del sistema de publicación de bitácoras o blogs, para que la Fundación Afroamiga tenga presencia en Internet y difunda contenidos relacionados con la afrodescendencia.

La Fundación Afroamiga es una Organización No Gubernamental creada hace aproximadamente cuatro años con la intención de atender algunas necesidades apremiantes de los afrodescendientes venezolanos y de cualquier persona que así lo requiera.

Desde su aparición son pocas las labores que esta Fundación ha podido adelantar porque maneja recursos financieros limitados y porque además cuenta con muy pocos miembros.

A esta situación se suma el hecho de que Afroamiga era una fundación prácticamente desconocida y no contaba con ningún tipo de medio de difusión que le permitiera hacer saber a la gente que existe, de qué se trata, qué objetivos persigue y qué hace.

De permanecer así, Afroamiga terminaría por desaparecer: sin dinero y sin suficientes personas que puedan impulsar sus labores, sería difícil su permanencia en el tiempo.

Un impulso importante que motivó el desarrollo de esta investigación fue el hecho de que Afroamiga es una organización sin fines de lucro que, además de estar orientada a realizar actividades de asistencia social a poblaciones afrodescendientes de escasos recursos económicos, pretende también rescatar, investigar y divulgar asuntos relacionados con el pasado y el presente de la afrodescendencia.

Esta investigación pertenece a la línea de trabajo Producción de contenidos informativos para medios comunicación en Internet. Periodismo integrador hipertextual y multimedia de la Especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila. Se inscribe en el campo de la comunicación, específicamente en el de la comunicación organizacional y pertenece a la modalidad de investigación y desarrollo, que se enfoca principalmente en el desarrollo de un producto o servicio para atender una necesidad específica que se ha detectado previamente. Valarino, Yáber, y Cemborain (2010) describen esta modalidad de investigación como aquella que “tiene como propósito indagar sobre las necesidades del ambiente interno o entorno de una organización (investigación), para luego desarrollar una solución que pueda aplicarse a ella (desarrollo)” (p.69-70).

En vista de que la Fundación Afroamiga no cuenta con recursos financieros abundantes para mantener una página Web que requiere los servicios de diseñadores, programadores, entre otro personal, se decidió utilizar los recursos gratuitos que ofrece Internet, en general, y la plataforma de blogs de Wordpress, en particular, para de esta forma lograr crear un sitio Web que cumpla con sus objetivos sin ocasionar gastos mayores a Afroamiga.

El hecho de utilizar una plataforma gratuita genera limitaciones, porque hay ciertas acciones que no se pueden aplicar y determinados cambios -de diseño, por ejemplo- que no se pueden efectuar.

Este trabajo se propone como objetivo general promover la presencia de la Fundación Afroamiga en la Web a través de un espacio digital 2.0. También atiende a objetivos específicos como seleccionar la plataforma para la creación del espacio digital de la Fundación Afroamiga, definir la distribución de sus contenidos y determinar las aplicaciones y herramientas de la Web 2.0 que ofrecerá dicho espacio digital.

En este sentido, el presente tenor abordará, en el primer capítulo, todos los basamentos teóricos y consideraciones de los autores sobre los temas que sirvieron de sustento para esta investigación; en el segundo apartado, se mostrará el marco contextual; en el tercer apartado, se detalla la metodología empleada para desarrollar el Trabajo Especial de Grado; y, finalmente, en el cuarto capítulo, se explica paso a paso la creación de <http://afroamiga.wordpress.com>.

Debido a que este Trabajo Especial de Grado ofrece pautas específicas en cuanto a la creación de espacios digitales 2.0, espera servir de aporte para el postgrado de Periodismo Digital y para la Universidad Monteávila por tratarse de un tema actual y sobre el cual hay muchas expectativas debido al impacto que puede generar la creación del sitio Web para esta Fundación.

De igual modo, se espera que esta investigación contribuya a que los estudiantes y egresados de Comunicación Social, Periodismo Digital e Informática, entre otras carreras afines, fortalezcan sus conocimientos en el tema y que sirva de guía para que otros tesisistas continúen esta línea de investigación.

A continuación se presenta el primer capítulo relacionado con el marco teórico que sustenta la investigación llevada a cabo para la realización del Trabajo Especial de Grado.

Capítulo I: Marco teórico referencial

A continuación se presentan los basamentos teóricos, consideraciones de diferentes autores y opiniones de especialistas sobre los temas que sirvieron de sustento para la realización de este Trabajo Especial de Grado.

1.- Un acercamiento a las organizaciones

Son muchas las definiciones que existen de organización. Unas que ya son consideradas obsoletas, como las de Max Weber, y otras definiciones más actuales, como la de Hall (1996):

La organización es una colectividad con una frontera relativamente identificable, un orden normativo, niveles de autoridad, sistemas de comunicaciones y sistemas de coordinación de membresías; esta colectividad existe de manera continua en un ambiente y se involucra en actividades que se relacionan por lo general con un conjunto de metas; las actividades tienen resultados para los miembros de la organización, la organización misma y la sociedad (p.33).

Las organizaciones son muy diversas y por ello existe una amplia variedad de tipos. Hay diferentes formas en las que los autores suelen clasificar a las organizaciones: por sector social, según el tipo de función o meta que la organización persiga o de acuerdo con lo que contribuyen a la sociedad. En este último caso Hall (1996) distingue cuatro tipos de organizaciones: de producción, las orientadas a las metas políticas, las integrativas y las de mantenimiento de patrones.

Sin embargo, hay otros autores que apuntan que las organizaciones se clasifican en: organizaciones según sus fines, organizaciones según su formalidad y organizaciones según su grado de centralización.

Entre las organizaciones según sus fines se encuentran: organizaciones con fines de lucro y organizaciones sin fines de lucro.

Las organizaciones con fines de lucro son las llamadas empresas, que tienen como uno de sus principales fines generar una determinada ganancia o utilidad para su(s) propietario(s) y/o accionistas.

Por su parte, las organizaciones sin fines de lucro se caracterizan por tener como fin cumplir una determinada función en la sociedad sin pretender obtener ganancia económica o monetaria por ello.

La presente investigación se referirá a una organización no gubernamental, sin fines de lucro, específicamente a una fundación que, según la define el doctor Celestino Ferrera (citado por Bolívar Correa, 2003) es “un patrimonio afectado por la voluntad de una persona que la constituye y que se llama fundador, a un servicio determinado de interés general y provisto a ese fin de personalidad jurídica” (p.11).

2.- La comunicación en las organizaciones

Fernández Collado (1999) maneja varias acepciones para el término comunicación organizacional. La primera dice que: “es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre éstas y su medio” (p.30).

En este caso, Fernández Collado (1999) considera que se genera un intercambio de mensajes en varios niveles y de diversas maneras, que van desde canales interpersonales o medios de comunicación más o menos sofisticados hasta el empleo de medios de comunicación masiva para llegar a numerosos públicos externos.

La segunda acepción presenta a la comunicación organizacional como “una disciplina cuyo objeto de estudio es, precisamente, la forma en que se da el fenómeno de la comunicación dentro de las organizaciones, y entre las organizaciones y su medio” (p.30).

En otra definición Fernández Collado (1999) presenta a la comunicación organizacional como:

Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos (p.31).

Desde este enfoque, Fernández Collado (1999) plantea que la comunicación organizacional puede dividirse en: comunicación interna, cuando los programas están dirigidos al personal de la organización, y comunicación externa, cuando se orienta a los diferentes públicos externos de la organización.

Es así como este autor precisa que la comunicación externa comprende las relaciones públicas y la publicidad.

Beltrao destaca que las organizaciones sin fines de lucro deben trabajar bien la comunicación para lograr consolidarse. Por ello, se afirma que la comunicación es la base de todo, desde la creación de una imagen creíble hasta la captación de donantes.

Para Beltrao la imagen de una organización desempeña un papel muy importante en lo que se desea comunicar:

Es preciso entender que imagen con notoriedad y credibilidad se construye con un buen proyecto, pero también con un gran esfuerzo de comunicación y que, para llegar a ese nivel, es preciso, primero, ganar la simpatía del público, en seguida obtener su atención y, después, dejarlo convencido de la seriedad de la institución y de los resultados que genera (par 2).

Lucas Marín (1997) afirma que surgen algunas confusiones entre los términos comunicación organizacional y comunicación corporativa. Para esclarecer explica que el término corporativa incluye a la empresa, pero se refiere específicamente “a la comunicación externa de la organización que tiene que ver con sus planteamientos globales, con lo que auténtica y realmente es la organización, sea visible o no” (p.212).

Es importante señalar que diferentes autores se refieren con distinto grado de amplitud a conceptos como relaciones públicas, marketing, publicidad, investigación de mercado, comunicación corporativa, identidad corporativa e imagen corporativa, entre otras Lucas Marín (1997).

Partiendo de la consideración de las relaciones públicas como el concepto más amplio de los indicados anteriormente, y que en cierto sentido se identifica con comunicación externa de la organización, Lucas Marín (1997) afirma que la comunicación corporativa, la publicidad y el marketing forman parte del plan de relaciones públicas de una organización, que cuenta con unos objetivos más específicos tales como el conocimiento de la organización (de su identidad e imagen), el reconocimiento de la organización y de los bienes y servicios que ofrece (la publicidad), o la captación de clientes que adquieran los servicios mediante los estudios pertinentes (el marketing).

3.- Internet como soporte digital para las organizaciones

Sin duda alguna la importancia y el uso de Internet crecen día a día en el mundo y cada vez para más gente la gran red de redes se hace una herramienta indispensable en el desarrollo y ejecución de actividades académicas, laborales y comerciales, entre otras.

Y es que las bondades de Internet son amplias y las oportunidades que ofrece, múltiples. Conscientes de esto, mucha gente se hace su espacio en este medio, ya sea desde una cuenta de correo electrónico, creando un blog, uniéndose a redes sociales o diseñando páginas Web.

Es así como Internet ofrece el espacio digital que, según lo define (Bermúdez), es concebido como:

Un lugar virtual con naturaleza, funciones, estética y orden no necesariamente referidos a la realidad clásica. En este mundo inmaterial, la gente puede trabajar, buscar entretenimiento, descubrir y generar información, encontrar otra gente, etc. En otras palabras, el espacio digital es un por sí mismo que no tiene otra justificación de ser que el de ofrecer experiencias, estructuras, y eventos alternativos a aquellos existentes en la realidad clásica (par.12).

Además el espacio digital está definido por cuatro tipos de relaciones o puntos de vista, según afirma Herranz, éstos son:

- **Estructural** : cuando existe una estructura inherente entre sus contenidos (jerárquica, horizontal, hipertextual y asociativa)
- **Funcional-interacción**: en este caso el espacio queda definido a partir de las acciones que los usuarios realizan para interactuar con el sistema, lo que incluye la definición de cualquier tipo de servicio y/o tareas
- **Semántico**: existen o se pueden establecer relaciones intrínsecas fuertes desde un punto semántico entre los contenidos que definen *per se* el espacio de información, ya sea desde un punto de vista ontológico, a través de la creación de taxonomías, folksonomías, facetas, o mediante la aplicación de cualquier otro tipo de sistema de clasificación o lenguaje documental libre o controlado, o forma de organización de los contenidos.

- **Interfaz:** un espacio de información se caracteriza por compartir una interfaz concreta para el dispositivo concreto en el que se visualice.

Cualquiera que sea el tipo de relación o punto de vista que quieran presentar, las organizaciones no se escapan de la realidad que muestra Internet y las ventajas de su uso. Por ello, la mayoría se ha procurado un espacio digital propio. Y con gran razón pues para mucha gente Internet es la principal fuente de información sobre alguna empresa u ONG.

Camacho Jiménez (2004) refiere que la incorporación de Internet a la organización favorece una gestión más eficiente porque ofrece la posibilidad de contar con mayor y mejor comunicación entre los miembros de una organización, permite agilizar trámites y coordinar actividades, además de que brinda apoyo al funcionamiento de equipos de trabajo y mejora la interacción entre los diferentes componentes de la organización.

Esta autora también precisa que la comunicación electrónica se convierte en parte de la dinámica organizacional y que es empleada para la realización de actividades cotidianas: “Internet favorece el acercamiento de quienes están en el campo, mantiene al día la operación de la organización, informa a todos los trabajadores sin importar donde se encuentren y mejora el control de los recursos compartidos” (p. 52).

Camacho Jiménez (2004) plantea además que los contactos y las relaciones se diversifican gracias a que Internet produce un impacto en las interrelaciones organizacionales, generando, entre otras cosas, que se amplíen las visiones de mundo, que haya interacción sobre los temas que se trabajan con personas de todas partes, que se conozcan nuevos abordajes, y que se visibilice el trabajo que se desarrolla en las organizaciones.

Internet es un medio para nivelar las condiciones de comunicación, una herramienta que favorece la interacción y que permite aliviar problemas tradicionales del mundo en desarrollo tales como la distancia y la falta de recursos económicos para invertir en los medios tradicionales.

Islas (2003) menciona los principales beneficios que podría reportar un eficiente sistema de información en Internet a la dinámica institucional:

Reducir los gastos destinados a la comunicación interna, agilizar la circulación de las comunicaciones internas, propiciar una efectiva simplificación administrativa que favorezca la drástica disminución de los tiempos de respuesta de la organización, realizar una efectiva difusión de la filosofía y los valores institucionales, integrar al personal de la institución, estimular la cooperación y el desarrollo de amplias formas de trabajo conjunto entre las distintas áreas, compartir bases de datos y toda aquella información que pudiera resultar de interés para diferentes áreas de la organización (par.39).

El hecho de que hoy en día un usuario entre a la red y no consiga el sitio Web de una organización resulta de cierto modo decepcionante porque se considera que es la forma más rápida para llegar a ella, para obtener datos de interés, servicios y/o productos, y hasta para hacer los contactos que se requieran; además de que Internet no sólo resulta todo un aliado para darse a conocer, comunicarse y vender -si fuera el caso-, sino que permite a la organización hacer innovaciones.

Según afirma Castro (2007) “resulta innegable que la penetración de Internet es cada vez mayor; su presencia y sus capacidades la hacen insustituible desde el punto de vista práctico. ¿Puede alguien plantearse a estas alturas un mundo sin Internet?, cabría preguntarse” (p.95).

Asimismo este autor considera que Internet es un medio de comunicación real, mientras que los tradicionales como la prensa, la radio o la televisión pueden ser considerados como medios de información.

Castro (2007) también destaca que la enorme capacidad de interactividad que tiene la red, que se puede apreciar en herramientas como los correos electrónicos, los blogs o las listas de distribución, entre otros, se debe a su gran velocidad.

Al aportar detalles sobre la capacidad de interactividad en la red, este autor apunta que Internet permite movilizar datos en un tiempo sorprendentemente breve, y destaca que actualmente los acontecimientos cotidianos se viven más apresuradamente porque las nuevas tecnologías de la comunicación se caracterizan por un ritmo frenético marcado por su propia velocidad.

En cuanto a las oportunidades del usuario de Internet, Castro (2007) precisa que:

Tiene más posibilidades de hacer oír su voz en cualquier tipo de circunstancias, no sólo en las de crisis. Sus opiniones se pueden movilizar de forma masiva gracias a Internet. Así, podemos pensar que la posibilidad de crítica es mayor y más activa. Este hecho está otorgando más poder al ciudadano de a pie, al consumidor o cliente del que hasta hora tenía. Es el poder de opinar cuando se quiera y como se quiera; lo cual obliga a los responsables de una determinada organización a responder. Esta dinámica destaca especialmente en el entorno de los blogs (p.96).

También menciona que la evolución propia del ser humano conlleva la aparición de determinadas herramientas que a su vez generan ciertos cambios. Es así como Castro (2007) hace ver que el surgimiento de instrumentos como Internet ocasiona que inevitablemente se eleven las opciones de información y opinión, así como el cambio de hábitos.

Martín Nieto (2007) asevera que Internet aparece en el panorama mediático como el canal que puede ofrecer a las ONG unas posibilidades que no tienen en otros medios por falta de material, presupuesto y contactos, entre otras cosas.

Esta autora indica que Internet favorece la presencia de las ONG en los medios de comunicación, agregando valores y excluyendo algunos factores como:

El oportunismo de las catástrofes o las situaciones de emergencia; el dar toda la información que consideren durante las 24 horas del día los 365 días del año sin necesidad de intermediarios y a unos costes mucho más bajos que los medios tradicionales (p.132).

Martín Nieto (2007) señala que casi el 100% de las organizaciones analizadas considera Internet como una herramienta imprescindible para la comunicación Web.

Por ello, mientras más aumenta el número de personas que utiliza las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, más se eleva el nivel de productividad de la organización, generándose por ende también un crecimiento económico.

Estas consideraciones sirven de sustento a la presente investigación toda vez que se pretende utilizar Internet como soporte digital para crear el sitio de la Fundación Afroamiga, una ONG que hará uso de todas las bondades de la red de redes para diversificar sus relaciones, manejar de manera más eficiente sus comunicaciones e interactuar con la gente con mayor facilidad.

Martín Nieto (2007) hace una serie de reconocimientos en cuanto a los elementos que son más valorados por las ONG calificadas al momento de comunicar a través de sus sitios Web:

Las ongd calificadas se puede decir que dan mayor importancia a la buscabilidad, a la visibilidad y la autoría que a la navegación y la cualidad de la información, que son precisamente los aspectos que más pueden mejorarse. En cuanto a la accesibilidad se puede decir que hay matices que también son mejorables, como la posibilidad de personalización de la página, la existencia de textos de navegación y el excesivo movimiento en las páginas que provoca cansancio o distracción sobre el contenido. En conclusión, se puede decir que las

ong están más interesadas en estar en la red que en el cómo estar en ella (p.134-135).

Las estrategias de comunicación y el uso que las ONG dan a Internet también son objeto de investigación por parte de Martín Nieto (2007). Éstas vienen condicionadas por diversos factores cruzados que algunas veces son difícilmente separables, entre estos: su año de fundación, sus ingresos económicos, las partidas presupuestarias que se dedican a la comunicación y la comunicación en la red, las personas contratadas en su departamento de comunicación, el tiempo que dedican al mantenimiento de su sitio Web, entre otros (p.135).

4.- Factores que motivan la presencia de las ONG en Internet

Las razones por las que las organizaciones no gubernamentales están en Internet atienden a diversos factores que van desde darse a conocer, potenciar su comunicación, incrementar su alcance hasta preservar su memoria y/o archivo, según sea el caso.

Martín Nieto (2007) analiza el porqué las ONG sienten la necesidad de estar en Internet:

Se puede decir que las organizaciones saben de la necesidad de estar en Internet para ser conocidas y visitadas. De hecho, la visibilidad es uno de los factores mejor desarrollados por las Ong en sus sitios Web, aunque descuidan otros como el tratamiento de la información o la navegación. Estas organizaciones ignoran las posibilidades que la red puede ofrecerles en contraposición a otros medios en los que tienen más dificultades para aparecer. Los elementos multimedia aún están lejos de que su uso sea extendido y habitual dentro de los contenidos de las Web de las ongd (p.135).

Tomando en cuenta este planteamiento, la presente investigación considera importante el tratamiento de los contenidos que se publicarán en el espacio digital de Afroamiga y procurará, además, sacar el mayor provecho a las posibilidades que ofrece Internet, que son mucho mayores

que las que brindan los medios de comunicación social tradicionales, en donde lograr que se publique alguna de las informaciones que genere la fundación sería una tarea difícil.

Navarro Zamora (2009) apunta que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están incrementando el alcance y el poder de la comunicación dentro y fuera del espacio institucional y organizacional, amén de que incorporar estas tecnologías en las organizaciones representa una oportunidad única para la transformación de dichos espacios.

En este sentido, Navarro Zamora (2009) precisa que el uso de Internet facilita las labores porque permite trabajar en equipo, comunicarse e intercambiar información, superando así las barreras del tiempo y la distancia: “esta nueva forma colectiva de trabajar está dando origen a un nuevo tipo de organización que incorpora el aprendizaje, la creatividad, y la innovación, y que permite que su gente resuelva problemas” (p.178).

Esta autora destaca que es innegable que el sitio Web de una empresa es una herramienta imprescindible tanto para las personas que trabajan en la misma como para los terceros que se relacionan con ella. Dice además que el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación permite una comunicación con el exterior, y resalta que “en la actualidad toda organización debe entablar vínculos de comunicación a través de la páginas Web. No estar presente de esta manera es salir de la realidad” (p.178).

A estas consideraciones se añaden las de Ochoa Hidalgo (2009) quien indica que las páginas Web pueden desempeñar una función comunicativa extraordinaria con una inversión económica mínima:

En efecto, una página Web ofrece información accesible en todo momento (veinticuatro horas al día todos los días del año) desde

prácticamente cualquier lugar del mundo. La información se puede actualizar en el acto, de manera sencilla y sin coste adicional (siempre que se disponga de un gestor de contenidos). Además, la estructura de un sitio Web, gracias al empleo de links o enlaces, es enormemente versátil y ofrece numerosas posibilidades a la hora de incluir información y de ordenarla. Con un diseño Web adecuado, una página puede ofrecer desde datos esenciales para el público general hasta información muy exhaustiva para determinados usuarios. Desde el punto de vista cuantitativo, la información que se puede incluir en un sitio Web es prácticamente ilimitada (p.211).

Asimismo, Ochoa Hidalgo (2009) refiere que la expansión de Internet ha propiciado que las páginas Web corporativas o institucionales se conviertan, en muchos casos, en la primera tarjeta de presentación de una organización: “la vía más rápida para buscar información sobre una entidad determinada es acudir a su página Web, aun cuando dicha entidad pueda disponer adicionalmente de folletos, memorias u otros materiales informativos” (p.212).

Considera también este autor que en la actualidad una buena página Web puede sustituir los materiales de comunicación institucional tradicionales. Por eso, recomienda que se cuide el diseño del sitio Web y que sus contenidos sean actualizados con frecuencia.

Cada organización suele tener una página Web que contiene al menos una breve descripción de sus operaciones y una referencia de sus productos o servicios. Claro que los contenidos siempre varían dependiendo del tipo de organización y de sus funciones.

Para ciertas organizaciones como las ONG o fundaciones, que realizan tareas orientadas a la ayuda social, solidaria y sin fines de lucro, resulta importante tener un espacio en la Web para darse a conocer y para sumar colaboradores, voluntarios y/o donantes de recursos.

Driel (2005) señala que los visitantes de la página Web de una organización se forman una imagen de ésta basándose en lo que

observan en sus sitios Web, porque allí están los elementos “con que los visitantes se pueden formar una imagen de la organización” (p.51). En caso de que la organización sea desconocida, la página Web es incluso el único elemento de la organización que contribuye a la imagen de la misma.

Las ONG son organizaciones que se benefician de una página Web por varios motivos. Según Hendrikx (2006), estas páginas Web tienen ciertas características fijas: la mayoría son principalmente informativas, ya que ni las autoridades ni las ONG tienen cosas que vender.

Entre las características generales de estas páginas Web, Hendrikx (2006) señala que: no sólo tienen que atraer un público amplio sino también a especialistas, todavía están en la fase de las páginas Web de la primera generación, a menudo no tienen muchas opciones interactivas (solamente correo electrónico y descarga de archivos PDF).

En la actualidad, aunque se consiguen algunas páginas de la primera generación, la situación ha cambiado porque las organizaciones se esmeran en tener sitios cada vez más modernos y a tono con los avances tecnológicos y las herramientas disponibles que permiten, entre otras cosas, la participación activa de los usuarios en el sitio Web, ya sea a través de un chat, de una encuesta o de un vídeo.

Otra tarea importante que puede desarrollar una ONG al contar con un espacio en la Web es la preservación de su memoria. Al respecto Islas (2003) señala que:

Toda institución sin memoria inevitablemente se convierte en una institución sin destino. Sólo la memoria puede proporcionarnos la sensación de perspectiva. La filosofía institucional cumple el propósito de conferir sentido y significado a cada una de las acciones de la organización, forjando una cultura que nos permitirá trascender el simple pragmatismo operativo. La historia y la filosofía

representan el fundamento de la identidad cultural de las sociedades como de sus instituciones. Ninguna institución puede darse el lujo de despreciar su historia y su cultura. Si lo hace, el pragmatismo definirá su posible destino (par.66).

Estos aportes dan vigor al presente trabajo porque muestran los diversos factores por los cuales las organizaciones están presentes en Internet, sirven de guía en el camino a seguir para dar y aprovechar en la mayor medida posible el espacio digital de Afroamiga, y presentan las características generales que deben tomarse en cuenta al crear la página Web de una organización.

5.- Las ONG en la Web 2.0

Según indica Gosende, “la Web 2.0 se refiere a una nueva generación de Webs basadas en la creación de páginas Web donde los contenidos son compartidos y producidos por los propios usuarios del portal” (par.8).

Este autor dice además que en la Web 2.0 los consumidores de información se han convertido en “prosumidores”, que se definen como productores de la información que ellos mismos consumen.

Gosende afirma que la Web 2.0 pone a disposición de millones de personas herramientas y plataformas de fácil uso para la publicación de información en la red. Al día de hoy cualquiera puede crear un blog o bitácora y publicar sus artículos de opinión, fotos, vídeos, archivos de audio, entre otros, y compartirlos con otros portales e internautas.

Aquí es donde esta investigación tiene su asidero práctico, porque el espacio digital de Afroamiga fue creado utilizando la plataforma del sistema de blogs de Wordpress que, como todos los servicios de bitácoras, permite la publicación de diferentes contenidos de manera

sencilla, permitiendo así compartirlos y brindando la posibilidad de interactuar.

Con respecto a los costos, este autor señala que la Web 2.0 ha reducido considerablemente los costes de difusión de la información. En consecuencia, podemos tener acceso gratuitamente a una emisora de radio, un periódico, y/o a un canal de videos online. Asimismo, al incrementar la producción de información, aumenta la segmentación de la misma, con lo cual los usuarios pueden acceder a contenidos que tradicionalmente no se publican en los medios convencionales.

La gratuidad de las bitácoras fue uno de los factores que tuvo gran peso al momento de seleccionar la plataforma para el sitio Web de Afroamiga, porque esta fundación no cuenta en la actualidad con recursos económicos que le permitan hacer inversiones en una página que genere gastos por concepto de diseñadores, programadores y administradores.

Los cambios y evoluciones en el desempeño de las ONG al hacer uso de Internet son abordados por DcorporateCom (2008), Márquez (2010) e Innovación Social (2009), quienes describen que antes, cuando estas organizaciones querían aparecer en los medios, debían pagar publicidad en un diario, invirtiendo en ello grandes cantidades de dinero que podrían destinar a otros fines, o tenían que realizar convocatorias de prensa, a las que por lo general no acuden muchos medios, salvo contadas excepciones.

Estos autores también afirman que gracias a Internet el poder de convocatoria se ha visto ampliado y el costo de la realización de campañas de concienciación social ha disminuido considerablemente porque existen diversas herramientas y soportes para llevar a cabo tales fines. Con ello se logra incluso captar la atención de un mayor número de usuarios que con las campañas de difusión tradicionales; esto obedece

básicamente al hecho de que pulsar un botón para unirse a un grupo es gratis.

Asimismo, DcorporateCom (2008), Márquez (2010) e Innovación Social (2009), advierten que el modelo de la comunicación tradicional está evolucionando. Este modelo reproducía una comunicación unidireccional: un emisor lanzaba un mensaje determinado a un receptor, sin permitir la respuesta por parte del receptor. Es decir, se enviaba al público objetivo un mensaje ya fuese por rueda de prensa y/o por nota de prensa y éste no tenía la posibilidad de responder a ese mensaje.

Esta evolución que se está generando está basada en la comunicación participativa. En este nuevo contexto, el emisor comparte el mensaje con sus diferentes públicos objetivos, y les brinda la oportunidad de conversar e intercambiar sus opiniones con el resto de miembros implicados en la conversación.

Por ello, estos autores afirman que en este nuevo modelo la organización ya no tiene el control absoluto sobre el mensaje, y señalan que ahora el contexto comunicativo viene determinado por varios factores como lo son: la transformación de los medios de comunicación; los cambios en los medios tradicionales (prensa escrita, radio y televisión); los nuevos hábitos de lectura de medios; la pérdida de lectores, oyentes y telespectadores; la aparición de diarios gratuitos y los nuevos medios digitales; la configuración de Internet como fuente de información de los periodistas; la transformación de las audiencias; el cambio del modelo de consumidor pasivo; y la pérdida de credibilidad de los medios.

Estos autores aseveran además que aunque los consumidores hablan habitualmente sobre los productos y servicios de las organizaciones en su vida diaria, ya sea con sus familiares, compañeros de trabajo y/o amigos, con la llegada de la Web 2.0 estas conversaciones se han multiplicado por mil y se reproducen en la red.

Es de esta manera que los consumidores pueden enviar correos electrónicos con sus opiniones a una determinada organización; participar en blogs, chats, foros, grupos de noticias, redes sociales, entre otras; enviar sus propios comentarios a la Web de una compañía; calificar el producto o servicio en páginas de opinión agregada; publicar su opinión sobre una empresa en su propio blog; y aportar comentarios a la opinión de otros en blogs, chats, Twitter, entre otros.

DcorporateCom (2008), Márquez (2010) e Innovación Social (2009) precisan que desde la red las ONG pueden transmitir sus mensajes sin limitaciones y a un coste muy reducido, accediendo a un público masivo potencial y a su público tradicional. Lo que comenzó en pequeños sitios abanderados por los portales de estas organizaciones se ha trasladado a las redes sociales.

Estos autores también indican que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación ya están preparadas para un nuevo tipo de Organizaciones No Gubernamentales que se sirven de ellas para movilizar a voluntarios familiarizados con la red de redes. A estos los llaman cibervoluntarios, es decir, aquellas personas que por falta de tiempo no pueden colaborar con una ONG de forma presencial, pero que a través de la Web pueden aportar su granito de arena a todo tipo de actividades solidarias.

En ese orden de ideas, estos autores señalan que entre los recursos habituales que podrían utilizar los cibervoluntarios para colaborar con una ONG se encuentran los blogs, los wikis y otras herramientas como las redes sociales.

Todos los planteamientos antes mencionados sustentan el presente trabajo porque dan cuenta de la interactividad, la gratuidad, el acceso a público masivo y demás ventajas que proporciona a las ONG el uso de la Web 2.0, elementos de los que hará uso el espacio digital de

Afroamiga para promover a la Fundación y difundir los diferentes temas relacionados con la afrodescendencia.

Rojas, Alonso, Antúnez, Orihuela, y Valera (2006) esbozan la siguiente definición de blog: "Los Weblogs, blogs, cuadernos de bitácoras o simplemente bitácoras, son las páginas Web personales que, a modo de diarios en línea, han puesto la posibilidad de publicar en la red al alcance de todos los usuarios" (p.16).

Estos autores añaden que el principal elemento de un blog son las anotaciones (historias o posts), ordenadas según cronología inversa, y cada una con una dirección URL permanente que facilita su enlace desde sitios externos. Estas anotaciones se pueden archivar de manera cronológica y/o temática.

Los blogs contienen otros elementos cuya identificación permite navegar con mayor facilidad. Bruguera (2007) apunta que los blogs también poseen título y descriptor, en los que se define el ámbito temático del blog, su género y la intencionalidad del autor; identificación del autor, que suele consistir en una breve referencia biográfica del autor del blog; y eventualmente enlaces a Web y otros blogs que añaden información personal y profesional del autor, así como la selección de enlaces recomendados (blogroll) para completar y ampliar la definición temática del blog y el ámbito de relación en el que el autor pretende inscribirlo.

Vidal (2006) señala otros tres elementos que forman parte de los blogs, estos son: los menús o "sidebar", que nos permiten consultar la información que contiene la bitácora. Según la plantilla elegida para publicar el menú, éstos pueden estar en la parte superior, derecha o izquierda; y los RSS, que es una herramienta que permite realizar un seguimiento al blog sin necesidad de visitarlo para verificar si hay nuevos artículos publicados o si hay alguna actualización.

Ahora, ciertamente, las personas tienen mayor acceso a Internet. Por ello, las ONG deben poner en marcha proyectos que les permitan llegar a sus potenciales voluntarios, donantes y colaboradores a fin de lograr, entre otras cosas, una relación más estrecha con ellos: “todos los expertos en posicionamiento Web coinciden en que la creación de un blog corporativo, un wiki o una Web social especializada aumentan el índice de visibilidad de una empresa en la Red” (DcorporateCom, 2008, 273).

DcorporateCom (2008) señala que cada artículo publicado en estos nuevos canales digitales genera nuevos contenidos en la red, gracias a palabras clave relacionadas con la compañía, lo que incrementa su presencia y visibilidad en Internet. Por ello, afirma que:

Los blogs pertenecen al ámbito de la comunicación colaborativa y participativa en la que la organización no tiene el mismo control sobre el mensaje como lo tenía en el modelo unidireccional. Esto se traduce en que una empresa puede participar en un espacio que no puede controlar y que puede otorgar valores y atributos a sus servicios y / o productos que nunca quiso darles. Además, los responsables de comunicación de las empresas han de saber que, como todo en Internet, una conversación, positiva o negativa, puede propagarse rápidamente (p.274).

Las entradas publicadas en los blogs se convierten en fuente de información, o al menos en fuente de investigación para muchos medios de comunicación, sindicatos y terceras partes involucradas en cualquier conflicto; por eso, “las discusiones y los debates que se generan en los blogs llegan en cualquier momento a los medios tradicionales, pero a pesar de este inconveniente, la realidad para la mayoría de empresas es que los blogs resultan altamente beneficiosos” (p.275).

Desde el mismo momento en que un usuario crea un blog lo hace con la intención de que funcione para un fin que éste ha determinado de antemano. Independientemente de su uso, los blogs “funcionan a menudo como herramientas sociales, para contactar con personas que están interesadas en los mismos temas y con los que llegan a formarse

verdaderas comunidades, siendo los valores más destacados los de la participación y la independencia” (Arribas Urrutia, 2008, 2).

La creación del blog para la Fundación Afroamiga cobra importancia porque pretende promover la presencia de esta ONG en la Web a través de un espacio digital 2.0 para, entre otras cosas, brindar contenidos relacionados con el tema de la afrodescendencia, lo que sin duda permitirá captar a un grupo de personas interesadas en este asunto.

Canal Solidario (2009) reseña que durante el encuentro “Redes, blogs & ONG”, los ponentes abordaron algunas cuestiones relacionadas con la Web 2.0 en el ámbito de las organizaciones sin fines de lucro.

En ese encuentro, Iván Pino, consultor en comunicación, al hablar de las ONG y el uso de Internet, dijo que:

No hay organización humana que se corresponda más al modelo de comunicación de Internet que una ONG. Su naturaleza, su esencia es 2.0 por eso deberían estar liderando este proceso. Los valores 2.0 se corresponden con los de las ONG: naturaleza asociativa, finalidad social, software libre, gestión democrática, participación abierta. Ya no pensamos en el público como una audiencia anónima, la Web 2.0 nos permite dirigirnos a personas que comparten intereses (par.2).

Los blogs han pasado a ser una alternativa a la mano y rápida, para todas aquellas personas que tienen algo que decir y/o informar, además de constituir fuentes de difusión de datos de interés para otras personas que día a día buscan en Internet insumos para sus actividades de trabajo, de estudio o de ocio.

Canal Solidario (2006) señala que también las ONG han descubierto en los blogs una “herramienta muy apropiada para comunicar con voz cercana y dar un espacio de expresión tanto a sus beneficiarios como a voluntarios” (par.3).

Habla además de diez formas en las que las ONG pueden utilizar las bitácoras o blogs:

- Para contar un encuentro o conferencia
- Para involucrar a la gente y aprovechar su conocimiento
- Para involucrar a voluntarios y documentar su trabajo
- Para proporcionar recursos e información a los miembros
- Para proporcionar recursos e información de los miembros
- Para dar a sus miembros un lugar en donde compartir sus voces y opiniones
- Para dar apoyo a sus miembros
- Para crear la cobertura mediática que sus miembros quieran
- Para dar a sus miembros el poder y las herramientas para crear cambio
- Para atraer a donantes potenciales.

Orihuela, citado por Magnoliart Scom (2008), se refiere a diez cosas que una empresa puede hacer con los Weblogs, y a una que no debería hacer nunca, que bien vale la pena acotar porque se pueden ajustar perfectamente al caso de estudio de este Trabajo Especial de Grado:

- Aportar una voz personal a la comunicación con sus públicos internos y externos

- Mejorar la visibilidad de la marca ante los buscadores
- Obtener retroalimentación de sus clientes
- Mantener actualizado el sitio Web corporativo
- Gestionar la comunicación en situaciones de crisis
- Participar en la conversación sobre sus productos y servicios
- Distribuir información corporativa de manera no invasiva
- Desarrollar un perfil innovador
- Crear una comunidad
- Contar su propia historia
- y lo que ninguna empresa puede darse el lujo de hacer: ignorar lo que se dice acerca de ella en la blogosfera.

Estas formas en las que las ONG pueden emplear los blogs aportan a esta investigación fundamentos que permiten manejar de manera más potente esta herramienta digital, lo cual es de gran importancia porque enriquece el sitio Web de Afroamiga sobre todo tomando en cuenta que la autora utilizará el blog para muchas otras tareas que en principio no había considerado.

Asimismo, hay que señalar que las redes sociales se han venido convirtiendo en instrumentos de gran utilidad para informar a la audiencia acerca de los contenidos que se están publicando en el blog, lo que implica una mayor difusión de la información al público objetivo.

Santambrogio (2010) indica que el estudio de la consultora on line Tendencias Digitales sobre Penetración y usos de Internet en Venezuela revela que “más de 9 millones de personas en el país -un tercio de la población de Venezuela- hasta abril 2010, están conectadas a la Red de Redes” (par.2).

Twitter viene creciendo a pasos agigantados desde el año pasado, y específicamente en Venezuela creció más de 1000% (Santambrogio, 2010, par.10).

Twitter cuenta con poco más de 106 millones de personas hasta abril, y un crecimiento diario de 300.000 usuarios, según cifras oficiales de la red social reportadas por The Community Manager (2010). (Ver Anexo A).

Según afirma Ulove-tech (2008), esta red social, además de que permite buscar a otros usuarios que tienen intereses comunes a los nuestros, ofrece una serie de beneficios. Entre estos menciona algunas bondades del uso de Twitter para un blogger: permite llegar fácilmente a personas a las que nunca se había llegado; es una herramienta muy poderosa y fácil de utilizar para el marketing y la promoción; favorece el contacto con otros bloggers y con los seguidores; ayuda a entablar y seguir conversaciones en comunidades o individuales, a compartir enlaces y noticias valiosas, a conocer lo que las personas hacen y piensan; y finalmente sirve como fuente de información y de difusión de eventos futuros.

Tomando en cuenta éstas y otras ventajas identificadas durante el proceso académico de la especialización en periodismo digital, se tomó la decisión de abrir una cuenta en Twitter para la Fundación. Aunque el uso de esta red social no esté contemplado en los objetivos de la investigación, su aplicación aporta un valor agregado a la difusión de los diferentes contenidos sobre afrodescendencia de la Fundación Afroamiga.

Santambrogio (2010) señala que Facebook creció en 2009 un 113% en Venezuela, ubicando a nuestro país entre los tres primeros países con mayor penetración de esta red social. En Latinoamérica se estima que para 2010 el incremento no será de un 100% porque 70% de los usuarios de Internet en Venezuela ya son usuarios de redes sociales, además de que de cada 100 usuarios de redes sociales, 86 son precisamente de Facebook.

Asimismo, la autora afirma que las redes sociales en Venezuela ya son un fenómeno masivo de mercado pues 70 de cada 100 usuarios de Internet las emplean, lo que representa un uso mayoritario que aún puede seguir creciendo.

Más allá de nuestras fronteras, Facebook alcanzó en julio de este año los 500 millones de usuarios, cifra que seguirá creciendo, según indica Perú21.PE (2010), entre otras fuentes especializadas en la materia.

El hecho de que en estos momentos Facebook redirija más tráfico que Google o Yahoo gracias a los enlaces a fotos, vídeos o páginas Web que la gente recomienda a sus amigos, es un factor que sin duda suma visitas al sitio Web que estemos enlazando con esta red social.

Sector 3.0 (2008) afirma que “Facebook se ha convertido en la red social en la que más tiempo pasan los internautas y ocupa el segundo puesto del ranking de tráfico de alexa.com” (par.1). (Ver Anexo B).

El autor también precisa que los servicios y aplicaciones que ofrece Facebook son muy recomendables para las organizaciones sin ánimo de lucro. Entre las bondades de esta red social, Sector 3.0 (2008) menciona que puede emplearse para generar tráfico hacia el sitio Web de nuestra organización, para crear conciencia sobre una causa concreta y para recaudar fondos, entre muchas otras acciones.

Los servicios que ofrece Facebook, el alcance que tiene (comprobado por la gran cantidad de personas que lo utilizan) y el hecho de que redirija el tráfico, son razones vitales que justifican el usuario que la Fundación Afroamiga creó en esta red social.

La creación de la cuenta en Facebook tampoco forma parte de los objetivos de esta investigación. Sin embargo, los beneficios potenciales que proporcionaría a Afroamiga no sólo para promocionar la existencia del blog, sino también para difundir todos los contenidos que produce y acercar así a la gente al espacio digital, son utilidades que no se deben dejar de lado porque el objetivo es llegarle a la gente que está interesada en los temas sobre afrodescendencia; y son éstas precisamente las personas que forman parte de nuestro grupo en Facebook.

De este modo, tanto Twitter como Facebook pasan a ser dos aliados del espacio digital de Afroamiga que apoyarán la labor de publicación y contribuirán a difundir todos los contenidos que se produzcan a un mayor número de personas.

6.- La Web 2.0 como plataforma para la promoción de organizaciones

Teniendo en consideración la importancia, la significación y las ventajas que proporciona a una organización estar presente en la gran red de redes, la mayoría de ellas tiene presencia en este medio. Sólo las que son muy nuevas o las que carecen de iniciativa no se han incorporado.

Es así como de Ugarte (2008) habla del blog confiriéndole atributos que van más allá de lo material:

Es un proyecto vital que se gana nuestra confianza no sólo por lo que dice, sino también porque nos relata el contexto de quien lo dice, confiriéndole humanidad y lógica a una evolución en la que la

confianza se deposita por ambas partes, lectores y bloggers, por lo que lo biográfico es un componente esencial de los blogs (p.95).

El autor resalta que el fenómeno blogger ha procurado una recuperación cívica del espacio electrónico tras una infructuosa época de saturación comercial. Asimismo, indica que “por otro lado, ha revelado los intereses a largo plazo de la parte más estable de los cibernavegantes: buenos contenidos, texto fresco y comunicación personal” (p.98).

Uno de los recursos de la Web 2.0 que más está siendo utilizado por las organizaciones como plataforma para darse a conocer son los blogs. Dans plantea que la aplicación del blog al entorno empresarial puede generar mejoras en la calidad comunicativa y proporcionar un medio sumamente flexible, sencillo, rápido y eficiente para la comunicación.

Dans clasifica las utilidades que una empresa busca en un blog de la siguiente manera: comunicación y establecimiento de relaciones con clientes, medios de comunicación u otros grupos-objetivo; posicionamiento de la organización o de ciertos individuos pertenecientes a ella como expertos en campos de actividad de la industria a la que la organización pertenece; optimización del posicionamiento en buscadores de Internet; realización de pruebas de concepto o producto; herramienta de colaboración y reclutamiento de personal potencialmente interesado en trabajar en la compañía, entre otros usos.

Según explica Roca, los intereses de las organizaciones al usar la Web 2.0 encajan “en al menos uno de estos tres grandes ámbitos: ofrecer servicio, ganar dinero y sobrevivir” (p.76).

Hay intereses basados en criterios de economía social cuyos objetivos están enfocados en el servicio a la comunidad y a las personas,

más allá de la búsqueda de beneficio económico. De este aspecto habla también Roca:

Es el caso de muchas de las ONG, asociaciones y cooperativas que conocemos, y podría ser el caso de algunos de los proyectos nacidos en el contexto de la nueva generación de Internet. Así pues, dejar de hablar de intereses personales para centrarnos en el interés de las organizaciones no nos debe llevar al supuesto único del objetivo económico, sino que en ocasiones nos lleva al objetivo de la vocación de servicio (p.76).

7.- Diseño de blogs

El diseño de los blogs viene definido por las plantillas preestablecidas que ofrecen los distintos servicios; sin embargo, Good (2009) dice que diseñar un blog significa “sentarse y planificar su ‘look and feel’, que es lo más superficial, e inmediatamente visible de esta nueva herramienta de comunicación digital” (par.4).

Asimismo Good (2009) ofrece algunas recomendaciones a seguir para que el blog sea eficaz, partiendo del hecho de que no debe reflejar “la estética de las preferencias personales del autor, sino que debe proporcionar una muy racional y bien pensada solución que caracteriza el sitio mientras que lo hace muy accesible y fácil de leer y navegar” (par.3).

La observación y el manejo de bitácoras, así como la lectura de diferentes materiales al respecto, ha permitido a la autora de este Trabajo Especial de Grado constatar que en Internet existe una gran variedad de plantillas disponibles que se pueden usar de manera gratuita.

Adicionalmente, se determinó que la escogencia de la plantilla dependerá del tema que se aborda en el blog, de la imagen que se quiera mostrar de la organización y de la flexibilidad de cada uno de estos formatos para manejar e incorporar los diferentes contenidos en el sitio Web.

Good (2009) señala además que el aspecto más importante del diseño es la organización visual del blog, de forma tal de facilitar al lector la localización de otros componentes esenciales del contenido: el nombre del blog, el tema del blog, el nombre del autor del blog, así como temas de los contenidos y temas tratados en el blog, cómo contactarse con los administradores del sitio, ubicación en el planeta Tierra, contenidos más recientes y más populares, buscador, y campo de suscripción para obtener noticias de forma automática por correo electrónico o RSS.

Más allá de estas consideraciones, Good (2009) menciona otros elementos a tomar en cuenta: el color - fondo que, debe tener apariencia sencilla, bien organizada, limpia y fácil de navegar; la longitud de la línea, que debe ser corta para que la lectura en la pantalla sea tan buena o mejor que en el papel; fuentes – tipos que deben ser estándares compatibles y muy populares como Arial, Verdana o Times, ampliamente apoyados por casi todos los dispositivos conectados a la Web; y la alineación. En efecto cuantos más elementos del blog estén alineados por márgenes invisibles en común, más limpia y bien organizada se verá la página.

Otros elementos que el autor estima deben ser considerados son: el uso de negritas, los enlaces, el espaciado y la justificación del texto, los cuales facilitan el escaneado del texto.

Actualmente existe una gran variedad de servicios de blogs que ofrecen a los usuarios facilidades para publicar sus contenidos sin contratiempos y sin necesidad de tener conocimientos de programación. Son manejadores de contenidos muy sencillos que permiten a las personas la divulgación en un espacio digital de manera gratuita y sin depender de terceros.

Entre estos servicios gratuitos de blogs se encuentra Wordpress, que según refiere Wordpress Español “es una avanzada plataforma

semántica de publicación personal orientada a la estética, los estándares Web y la usabilidad” (par.1).

Los realizadores de este sistema de blogs lo definen como una plataforma de publicación personal que posee una gran cantidad de características incorporadas, diseñadas para hacer fácil, placentera y atractiva la experiencia de publicar en Internet Wordpress org.

Tras detallar todo el basamento teórico fundamental para el desarrollo del presente trabajo, pasamos de inmediato a precisar lo relacionado con el contexto en el que se enmarca esta investigación.

Capítulo II: Marco Contextual

En el presente apartado se muestra el contexto en el cual fue desarrollada la investigación y se define qué es la Fundación Afroamiga, sus objetivos, y su estructura, entre otros datos de mucho valor para esta investigación. También se hace un acercamiento a lo que tiene que ver con la conceptualización de la afrodescendencia.

1.- La Fundación Afroamiga

Afroamiga es una fundación de carácter privado, sin fines de lucro con personalidad jurídica conforme a la Ley, y con capacidad plena para realizar todos los actos que sean necesarios para el cabal cumplimiento de su objetivo social, según se recoge en el Acta constitutiva y estatutos de la Fundación Afroamiga (2006).

El documento precisa que fue creada el 8 de diciembre de 2006 con miras a fortalecer los lazos de hermandad que unen a los pueblos de África y al de Venezuela.

El nacimiento de Afroamiga ocurrió gracias al interés de un grupo de personas motivadas por el tema de la afrodescendencia y por diversos aspectos relacionados con el continente africano.

En el Acta constitutiva y estatutos de la Fundación Afroamiga (2006) se establece que esta Fundación persigue una serie de objetivos, entre los cuales se encuentran: impulsar la realización de investigaciones científicas vinculadas a la historia y a las condiciones de vida y salud de la población afrodescendiente en el país; desarrollar campañas informativas y educativas permanentes para la divulgación de los distintos aspectos vinculados al legado histórico africano y su influencia en la cultura

venezolana; establecer y mantener relaciones interinstitucionales con asociaciones afines en el país y el extranjero; y captar los recursos económicos y financieros necesarios para sus actividades.

Asimismo, el acta indica que la Fundación se propone cooperar, intercambiar y coordinar acciones con otros organismos similares y con instituciones gubernamentales, así como propender a la realización de obras de asistencia social, especialmente en lo que se refiere a ayuda a poblaciones afrodescendientes de escasos recursos económicos mediante el otorgamiento de ayudas económicas, becas, libros de enseñanza, entre otros; y, en general, todo cuanto implique fomento y protección de la calidad y esperanza de vida de esta población.

El acta también habla de la estructura de la Fundación Afroamiga, específicamente que está constituida por un Consejo Directivo integrado por un Presidente, un Secretario General, un Tesorero y cuatro Vocales.

Además forman parte de ella los miembros fundadores, activos, honorarios y benefactores.

El Consejo Directivo tiene entre sus atribuciones principales: organizar la actividad divulgativa de los objetivos y metas de la Fundación Afroamiga en los medios públicos y privados; designar coordinadores regionales; organizar, celebrar y participar en eventos nacionales o internacionales; cuidar de la buena marcha de la fundación ajustándose a las leyes venezolanas, al acta constitutiva, a los estatutos y a los reglamentos internos; y llevar a cabo toda clase de iniciativas para el mejor cumplimiento de los fines de la Fundación Afroamiga (Acta constitutiva y estatutos de la Fundación Afroamiga, 2006).

Daniel Cartaya (comunicación personal, 7 de enero de 2010), en su condición de Presidente de Afroamiga, considera que “dar a conocer los objetivos que perseguimos y presentar nuestra agenda de trabajo en un

espacio propio, permitirá que se sumen a nuestras labores las personas que se vean identificadas con lo que hacemos”.

En este sentido, Cartaya explica que tener una página Web “cobra una importancia potencial para nosotros como fundación ávida de miembros, colaboradores y benefactores que contribuyan a la implementación de los proyectos que nos proponemos desarrollar en pro de la comunidad afrodescendiente y más concretamente de la comunidad afrovenezolana”.

Expresó además que “disponer de un espacio en la Web en estos momentos es una necesidad, ya que Internet proporciona una gran plataforma que permite difundir a un mayor número de personas la información que se desea hacer llegar”.

Indicó que además de proporcionar información al público, la página “permitirá recibir de parte de los usuarios datos y aportes para fortalecer nuestro trabajo”.

A juicio de Daniel Cartaya, con este medio la Fundación Afroamiga podrá repotenciarse, impulsar sus labores y permanecer en el tiempo.

2.- Una mirada a la afrodescendencia

Aunque no existe en el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) una definición aprobada para el vocablo afrodescendencia ni para afrodescendiente, hay que señalar que existe una polémica entre los estudiosos del tema en torno al uso de estos. De hecho, algunos prefieren hablar de negritud, que viene a ser el “conjunto de características sociales y culturales atribuidas a la raza negra” Real Academia Española (2001).

Y es que el término negritud fue empleado por largo tiempo, pero quienes prefieren hablar de afrodescendencia indican que hay una carga peyorativa al referirse a las personas de piel oscura como “negros”.

Verástegui Ollé (2006) afirma que el término afrodescendiente fue propuesto inicialmente por la brasileña Sueli Carneiro en el Taller sobre Etnicidad e Identidad, en el marco del 4to Congreso Luso – Afrobrasileño de Ciencias Sociales, dictado en el Instituto de Filosofía y Ciencias Sociales de la Universidad Federal de Río de Janeiro del 1 al 5 de septiembre de 1996. “Este término es definido como los descendientes de las poblaciones africanas que fueron víctimas de la esclavización transatlántica” (par.1)

El término afrodescendiente ha sido debatido ampliamente y ha enfrentado la resistencia de algunos sectores que lo han considerado “a-científico”, según refiere el Instituto Interamericano de los Derechos Humanos (2003), que además puntualiza que el término es aceptado por la propia comunidad- independientemente de lo que piense la “comunidad científica” europea o pseudo europea- y por la mayoría de los estudiosos de América, legitimada desde Santiago, en la Conferencia continental contra el Racismo, celebrada en el año 2000 y definitivamente incorporada en la terminología de las Naciones Unidas a partir de la Tercera Conferencia Mundial Contra el Racismo, celebrada en la ciudad de Durban, Sudáfrica, en el año 2001.

En Venezuela este asunto también ha sido abordado por algunos estudiosos del tema de la africanidad. Bolívar (2009) señala que la calificación hombre negro, gente negra o simplemente negro no fue usada por los africanos con carácter despectivo “sino como forma natural, de identificación, sin ninguna carga valorativa de la condición humana” (par.4).

Bolívar (2009) explica también lo que significa el color negro para los africanos:

Queremos decir que para los africanos siempre fue excelso el color negro, por ser representante de pueblo y de la tierra, es decir, de la naturaleza, de la vida. Fue la gran maquinaria cultural de los imperios la que hizo peyorativo el vocablo negro y en torno a él formó un tipo de discriminación humana. Los imperialistas europeos, luego de abolida la esclavitud internacionalmente, dividieron los entornos sociales que ocupaban, ya no en blancos y esclavos, sino en blancos europeos y negros. Donde ser negro era menos que ser persona (par. 12).

De la diáspora, el autor dice que se presentaron dos visiones:

Una mezquina que quería hacer ver que los africanos de ahora consideraban inferiores a los descendientes de esclavizados en el mundo. Y la otra, digna y real, que cobró cuerpo por su lógica biológica y espiritual, que afirma que los africanos recuerdan a los que se llevaron de sus patrias a otras tierras como América, como sus mayores, sus antepasados. Por tanto, los africanos que lograron sobrevivir a la migración forzada, al holocausto esclavista, consideran a la diáspora como sus hermanos de hoy, descendientes de un mismo tronco (p. 16).

Y aunque Bolívar (2009) afirma que a veces el concepto diáspora se confunde con afrodescendencia, no deja de señalar que este último tiene tres puntos de vista para abordarlo:

Uno indiscutido, científico, que reconoce a Etiopía como la cuna de la humanidad, por lo que todos, sin excepción, sin importar el color de la piel, descendemos de esas tierras (par.25).

El segundo, está circunscrito al África Subsahariana, la desgarrada por la cacería de seres humanos para ser esclavizados (par.26).

Un tercer punto de vista, el de toda África, la que se extiende desde las islas del Océano Índico como Comores, Seychelles, Mauricio, Madagascar, Reunión, hasta el Magreb, en el norte, con el Sahara Occidental, Marruecos, Argelia, Túnez, Libia y Egipto, incluyendo las islas del Atlántico como Cabo Verde y las que políticamente pertenecen a países de Europa (par.27).

Bolívar (2009) concluye que la afrodescendencia “puede verse como un concepto histórico, cultural, espiritual y también con una connotación geográfica: los que desciende generacionalmente de africanos o los que proceden de ese continente” (par.28).

Por su parte, García (2006) dice que en la Reunión Regional para las Américas, celebrada en Chile, preparatoria de la Conferencia Mundial contra el Racismo, la Discriminación Racial, la Xenofobia y las Formas Conexas de Intolerancia “decidimos autodenominarnos afrodescendientes, entendiendo como todas aquellas personas que descendemos, de alguna forma u otra, de los antiguos millones secuestrados de África subsahariana durante cuatrocientos años” (par.3).

En fin, existe una polémica en torno al uso de uno u otro término, pues son muchos los que no aceptan definirse o ser definidos como negros con el argumento de que ése fue el nombre con el que los esclavistas europeos designaron a sus ancestros.

Para los fines de este Trabajo Especial de Grado se adoptó el término afrodescendiente por ser éste más amplio, porque no se limita solamente a la pigmentación de la piel, a los rasgos físicos o al hecho de haber nacido en un país determinado, sino que además da cabida a todas las personas que se identifiquen y/o acepten como propia la cultura ancestral originaria de África.

García (2006) explica desde cuándo se usa en nuestro país el término afrovenezolano. Al respecto, dice que el escritor barloventeño Juan Pablo Sojo fue quien lo empleó por primera vez en 1943, al escribir un ensayo que tituló “*Apuntes afrovenezolanos*”, “donde él se aproxima a una definición de que lo afro es el elemento esencial en el proceso de conformación de nuestra diversidad cultural. Es el recordatorio de la presencia africana en nuestra historia” (par.2).

Asimismo señala que algunos intelectuales en los últimos tiempos afirman que el vocablo afrovenezolano se trata de una imitación del término "afroamericano *made in USA*".

En sesión ordinaria de la Asamblea Nacional del 10 de mayo de 2005 se estableció esta fecha como "Día de la afrovenezolanidad", en honor a la gesta en la que 210 años atrás José Leonardo Chirino- líder afrodescendiente- comandó una sublevación en contra de las autoridades coloniales para reclamar por los derechos de los negros esclavizados.

De esta manera, se puede decir que el término afrodescendencia cada día cobra más vigencia por ser el más empleado y por ser el que recoge en mayor medida la esencia de aquellas personas que descienden de los esclavos africanos que fueron sacados forzosamente de sus tierras. Además de que efectivamente su uso deslustra de toda la carga peyorativa que algunos suelen atribuirle al término negro. Al hablar de afrodescendencia se va más allá del color de la piel, llegando incluso a que muchas personas se reconozcan como afrodescendientes.

Luego de dar a conocer qué es la Fundación Afroamiga, sus objetivos y estructura, y de haber puntualizado datos relevantes relacionados con la terminología afrodescendencia, pasaremos al siguiente capítulo, en el que se explicará en detalle el diseño metodológico utilizado para el desarrollo de esta investigación.

Capítulo III: Diseño Metodológico

En este capítulo se explica la metodología que se empleó para desarrollar el presente Trabajo Especial de Grado. Incluye aspectos relacionados con el tipo de investigación, las etapas y estrategias que se utilizaron para desarrollarla, así como los procedimientos para la recolección de datos de interés.

1.- Tipo de investigación

El presente trabajo pertenece a la modalidad de investigación y desarrollo, que se enfoca principalmente en el desarrollo de un producto o servicio para atender una necesidad específica que se ha detectado previamente. Valarino, Yáber y Cemborain (2010) dicen que esta modalidad de investigación “tiene como propósito indagar sobre las necesidades del ambiente interno o entorno de una organización (investigación), para luego desarrollar una solución que pueda aplicarse a ella (desarrollo)” (p.69-70).

En este caso, se observó la necesidad de crear un sitio Web para proyectar y dar a conocer la Fundación Afroamiga de Venezuela y, a través de ese espacio, difundir temas relacionados con la afrodescendencia utilizando diferentes herramientas de la Web 2.0.

Ante esta situación, el presente proyecto enfoca su atención en la creación de un espacio digital en la Web para dar a conocer la filosofía de la Fundación Afroamiga, así como sus proyectos y actividades. Además, el sitio Web permitiría compartir contenidos relacionados con la afrodescendencia: documentos, artículos, imágenes y temas musicales, entre otros.

2.- Objetivo general

Promover la presencia de la Fundación Afroamiga en la Web a través de un espacio digital 2.0

2.1.- Objetivos específicos

- Seleccionar la plataforma para la creación de un espacio digital para la Fundación Afroamiga
- Definir la distribución de los contenidos del espacio digital de la Fundación Afroamiga
- Determinar las aplicaciones y herramientas de la Web 2.0 que ofrecerá el espacio digital de la Fundación Afroamiga

3.- Etapas y estrategias

En este punto se especificarán las etapas que se cumplieron para crear el sitio Web <http://afroamiga.wordpress.com>. Si bien es cierto que éstas se establecen como una secuencia de actividades, no es menos cierto que la creación y puesta en marcha de un espacio digital no es un proceso lineal. Como ocurre en el desarrollo de cualquier proyecto, muchas etapas se desarrollan simultáneamente y otras implican, en algunos casos, volver atrás.

3.1.- Planificación del espacio digital

En primer lugar se realizó la planificación del sitio web de Afroamiga. Para ello se visitaron bibliotecas para consultar bibliografía, se efectuaron diversas búsquedas en Internet para hallar información relacionada con creación de sitios Web, de espacios en redes sociales y datos relacionados con el manejo y uso de los mismos. También se

efectuó la observación y el análisis de sitios referenciales y/o similares que pudiesen servir como guía.

Luego de cada etapa cumplida se llevaron a cabo reuniones con el tutor asignado por la Universidad, sesiones que sirvieron para recibir asesoramiento y discutir enfoques que consolidaron una visión más amplia en la investigación a favor de la Fundación y su participación 2.0 en la Web.

3.2.- Establecimiento de la misión y los objetivos del sitio Web

3.2.1.- Misión

Para establecer la misión del sitio Web se hizo una revisión del Acta Constitutiva de la Fundación Afroamiga, se consultaron diferentes fuentes relacionadas con la gestión de empresas y se conversó con representantes de las Fundación.

3.2.2.- Objetivos

Los objetivos del espacio digital se precisaron mediante la revisión del Acta Constitutiva de la Fundación Afroamiga, conversaciones con miembros de la Fundación y atendiendo a las necesidades más apremiantes de Afroamiga.

3.3.- Definición de las audiencias del espacio digital

Las audiencias del sitio Web de Afroamiga fueron definidas atendiendo principalmente a los objetivos de la Fundación y a los contenidos que publicarían en el espacio digital.

3.4.- Selección de la plataforma Web

Una vez que se obtuvo información acerca de los pasos y procedimientos necesarios para crear el sitio y que se estableció su misión, sus objetivos y audiencias, se efectuó la selección de la plataforma Web.

En un primer momento se pensó en crear una página Web con algún paquete de diseño (Dreamweaver o FrontPage), pero como la autora no posee los conocimientos necesarios de programación, diagramación y diseño, así como por los gastos que implica el pago a terceros para tales fines, se optó por hacer uso de un servicio prediseñado gratuito, específicamente Google Sites. Sin embargo, esa plataforma, para el momento de su aplicación, presentó varios inconvenientes que dificultaban la subida de información y que hacían engorrosa la labor de distribución de los contenidos que se deseaba publicar en el sitio.

En consecuencia, se buscó otra opción gratuita y se decidió desarrollar el espacio digital de Afroamiga usando la plataforma de un blog, conocida por la autora y mucho más amigable a la hora de subir los contenidos, lo cual redundaría en beneficio de la Fundación porque es un sistema sencillo que puede ser administrado por otras personas, luego de recibir unas breves instrucciones.

Esta idea tomó mayor impulso luego de que la autora entrevistara a Nick Guzmán y a Sonia Blanco en el marco de una visita que realizaron a la Universidad Monteávila para dictar una conferencia.

Nick Guzmán (comunicación personal, 16 de junio de 2010) recomendó ampliamente el uso de Wordpress por considerar que: “es flexible, mucho más funcional. Se está viendo más no sólo en ONG, sino también en corporaciones, empresas, y medios; todos están utilizando

Wordpress ya sea con fines de emplearlo como medio o como gestor de contenido, como una comunidad o integrando todo eso más allá de un blog simple". (Ver Anexo C).

Las opiniones y sugerencias del tutor del presente trabajo con respecto a las bondades de Wordpress también fueron consideradas por la autora al momento de seleccionar la plataforma para el sitio Web de Afroamiga, especialmente debido al gran dominio, conocimiento y experiencia que él posee acerca de este sistema de blogs.

Es así como el espacio de Afroamiga fue creado con la plataforma de Wordpress, que más que un servicio gratuito y libre de blogs es un manejador de contenidos de fácil uso y con variedad de herramientas y aplicaciones que no requieren de un experto para su instrumentación.

Wordpress resulta una plataforma amigable y cómoda, que permite publicar de manera sencilla y sin necesidad de tener conocimientos de programación.

3.5.- Creación del espacio digital

Luego de seleccionar la plataforma Web, se procedió, el 14 de enero de 2010, a la creación del sitio: <http://afroamiga.wordpress.com>. Para su administración y manejo se creó previamente el correo electrónico afroamigafundacion@gmail.com. Esta dirección electrónica sirve además de vía de comunicación con los usuarios que quieran hacer sus comentarios y/o consultas en privado o que deseen aportar información susceptible de ser publicada en el blog.

Al principio se colocó en el blog un saludo de bienvenida breve explicando de qué se trataría el sitio y se activó un botón que conducía a

la información que identifica a la Fundación Afroamiga, sus objetivos y su estructura.

3.6.- Definición del contenido

Contando con un espacio digital básico (sólo con los datos de identificación de la Fundación Afroamiga), se procedió a definir el contenido del sitio para lo cual se realizó un cuestionario de entrevista que se aplicaría a especialistas en el tema a fin de consultarles al respecto.

En primer lugar se entrevistó a los profesores Nick Guzmán y Sonia Blanco. En dicha entrevista ambos coincidieron en señalar que la mejor forma de seleccionar los contenidos era observando lo que están haciendo otras Organizaciones no Gubernamentales (ONG), además de “estudiar exactamente lo que se quiere conseguir con ese blog” (N. Guzmán, comunicación personal, 16 de junio de 2010). (Ver Anexo C).

Se decidió entonces llevar a cabo una observación de sitios Web de ONG en general y de ONG que trabajan específicamente con el tema de la afrodescendencia. Con la adopción del método de observación se dejó de lado la aplicación del cuestionario de entrevista a otros especialistas en el tema.

La observación se plasmó en una tabla. (Ver Anexo D). Con ésta se pudo determinar a qué aspectos dan prioridad las ONG, cuáles contenidos incluyen, cuáles son las secciones de los sitios Web y cuáles elementos adicionales a la información ofrecen a sus usuarios.

3.7.- Disposición y distribución de los contenidos

Wordpress ofrece una serie variada de plantillas predeterminadas a las cuales se les pueden hacer cambios, ajustes y añadidos sin tener conocimientos de programación.

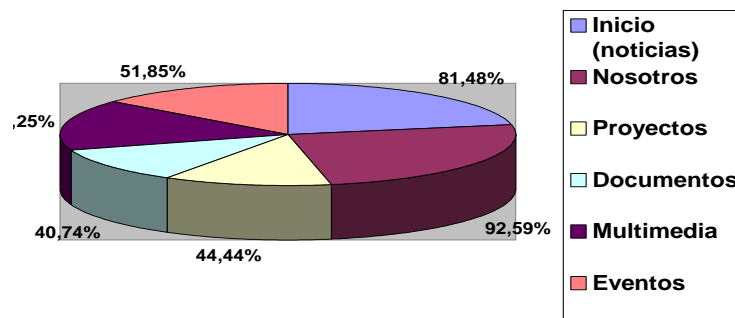
Para el sitio de Afroamiga se empleó una plantilla de dos columnas y se utilizaron páginas y subpáginas para distribuir los contenidos a través de diferentes secciones.

Asimismo, se emplearon herramientas propias del blog y de otros servicios que permitieron integrar las redes sociales, los enlaces, la música, los videos, entre otros, para hacer más atractivo y participativo el sitio Web.

La distribución de los contenidos se hizo atendiendo a los resultados de la observación de los sitios Web de las ONG que fue explicada anteriormente. Inmediatamente, se comenzó a subir información para nutrir cada una de las secciones que se crearon para el sitio de Afroamiga.

Para la incorporación de los contenidos se consideraron también las necesidades de la Fundación Afroamiga y las sugerencias de sus miembros a fin de lograr un sitio agradable, con identidad, pero sobre todo útil para sus visitantes.

Gráfico 1: Presencia de secciones en sitios Web observados



Fuente: elaboración propia

Detalle: se observaron un total de 27 sitios Web de Organizaciones No Gubernamentales de diferentes partes del mundo. En el gráfico se reflejan las secciones más comunes en estos sitios y sus respectivos porcentajes de aparición.

4.- Difusión y promoción del sitio Web de Afroamiga

En esta sección se especifican las actividades realizadas para promover el sitio Web de Afroamiga a través de las redes sociales Facebook y Twitter, seleccionadas en virtud de ser las que en la actualidad cuentan con mayor cantidad de usuarios.

La intención del uso de estas redes sociales fue poner al alcance de las personas interesadas todas las novedades de lo que se publicó en <http://afroamiga.wordpress.com> a fin de que los usuarios se mantuvieran enterados de lo que cotidianamente se hizo y llevarlos así a visitar el sitio

Web para que además conocieran la Fundación y se animaran a participar.

La promoción del lanzamiento del sitio Web comenzó el 30 de agosto con el envío a 102 personas, a través de correo electrónico, de una comunicación en la que se les informaba que la Fundación Afroamiga ya estaba en la Web. Dicho mensaje rezaba lo siguiente:

¡Buen día!

Ante todo reciban un saludo.

Les escribo para compartir con ustedes una grata información relacionada con la Fundación Afroamiga y se trata de que ya esta fundación está en la Web para darse a conocer, para conseguir personas identificadas con la causa que quieran sumarse a colaborar o a ofrecer su mano voluntaria cuando se requiera.

Afroamiga cuenta con un blog donde, además de darse a conocer, ofrece espacio para los temas relacionados con la afrodescendencia, así pues que este sitio pretende convertirse en punto de encuentro para todos aquellos interesados en este asunto.

Además del blog Afroamiga cuenta con su sitio en Facebook y su espacio en Twitter, todas estas redes sociales fueron creadas como parte de Trabajo Especial de Grado que pertenece a la especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila de Caracas, así que los invito a que nos sigan en Facebook , en

Twitter y por supuesto a que colaboren enviando documentos, artículos, noticias o informaciones relacionadas con afrodescendencia.

Todo el diseño está en fase preliminar y se irá perfeccionando con el transcurrir de los meses que restan de 2010. Sin embargo, la actualización es diaria, así que no te pierdas de todos los aportes, informaciones, datos y eventos que estamos ofreciendo a nuestros seguidores.

Pueden visitar el blog en la siguiente dirección:

<http://afroamiga.wordpress.com>

Nuestro Twitter: @afroamiga

Facebook: www.facebook.com/afroamiga

De antemano muchas gracias por su apoyo.

P.D. Pueden reenviar esta información a todas aquellas personas que consideren les pueda interesar.

El mensaje para difundir la información de la existencia del sitio Web de Afroamiga se publicó también en los muros de las páginas de Facebook de Grupos que están involucrados con los temas de la afrodescendencia, específicamente en los que se indican a continuación:

Nombre del grupo en Facebook	Nº de seguidores
Dignificación de los Afrodescendientes	330
Cimarrones de Venezuela	237
Afrotv	117
Educación Intercultural Nueva Esparta	863
Mizangas Mujeres Jóvenes Afrodescendientes	4.667
Grupo Experimental Tambor Bembe	1.089
Red de Afrodescendientes de Venezuela	231
Grupo Cultura Africana	571
Fundación Radio Comunitaria Raíces de Tacarigua	183
Ruta Afrodescendiente Bicentenario	265
Periódico Comunitario Kfunga	140
Por Doce Metros de Cultura	681

Además se remitió al correo electrónico de contacto de las siguientes páginas Web:

Organización	Correo electrónico
Red de mujeres Afrolatinoamericanas, Afrocaribeñas y de la Diáspora	comuni@mujeresafro.org
Proyecto Afro	scaboverdeana@yahoo.com.ar
Raíz Afro	agenda@raizafro.com.ar
Legado Afro	En el formulario de su página
Lundu	lundu@lundu.org.pe
Asociación Cultural y Social Uruguay Negro (ACSUN)	acsuncul@gmail.com
Cimarrones	cimarrones@gmail.com
Federación de Organizaciones Afrodescendientes de Córdoba (FOADECOR)	foadecor@foadecor.org
Fundación de Desarrollo Social y Cultural Afroecuatoriana	info@azucarafroe.com
Etnia negra de Panamá	comentarios@etnianegrapanama.org

Una vez que se difundió la información de la creación de <http://afroamiga.wordpress.com> y de sus espacios en Facebook y Twitter empezaron a sumarse seguidores.

En vista de que Facebook y Twitter son espacios en los que la gente participa de manera espontánea y constante, y de las bondades que éstas brindan para promocionar los contenidos que se publican en los sitios Web, se decidió abrir una cuenta en ambas redes sociales.

Facebook ofrece tres tipos de páginas: “De la comunidad”, “Grupo” y “Oficial”. Se hizo uso de la opción que ofrece para crear páginas oficiales, y de la variedad de este tipo se eligió la alternativa organización sin fines de lucro por ser Afroamiga una Fundación y por ser ésta la que encaja precisamente en su denominación.

Además de que la página oficial de Facebook es la recomendada para organizaciones, ésta tiene ventajas entre las que se encuentran que el número de seguidores es ilimitado, que se le puede agregar videos y aplicaciones y, lo más importante, que indexa a la organización en motores de búsquedas como Google, lo cual es una gran ventaja porque esto aumenta el tráfico hacia el blog y por ende incrementa la posibilidad de que la Fundación sea conocida por un mayor número de personas.

Desde que se creó www.facebook.com/afroamiga y www.twitter.com/afroamiga todos los contenidos que se cuelgan en el blog son anunciados en estas redes sociales, lo que permite que todos los seguidores se enteren de las actualizaciones del sitio Web de Afroamiga a través de las notificaciones y/o del muro.

Diariamente se publicaron mensajes en las dos redes sociales, ya fuera para difundir que se agregó una nueva entrada al blog, para anunciar lo se publicaría y para invitar a los seguidores a participar con sus aportes.

4.1.- Registro en buscadores y directorios

Para lograr una mayor promoción del espacio digital de Afroamiga, éste fue inscrito en diferentes sitios ya que a este tipo de registros garantiza algunos criterios de categorización.

Es así como <http://afroamiga.wordpress.com> está en:

- **Páginas:**

<http://www.sabukan.com/>

- **Directorios**

<http://bitacoras.com>

<http://blogalaxia.com>

<http://www.planetavenezuela.com.ve>

Cabe referir que otros sitios han hecho enlace con el espacio de Afroamiga, entre estos:

<http://guyzoducamer.afrikblog.com>

<http://africatambienestaenelsur.blogspot.com>

<http://ensintoniaconafrica.wordpress.com>

<http://raicesdetacarigua.blogspot.com/>

Al principio el blog tuvo algunas visitas, pero fue después de la campaña promocional -descrita previamente- que la situación cambió y aumentó el número de visitantes a un promedio de 1.446 visitas mensuales

Algunas personas se han animado a escribir sus comentarios, la mayoría de ellos manifiestan su satisfacción por la iniciativa de abrir este espacio, por los temas tratados y por los contenidos que se han añadido, situación que hace suponer que quienes visitan el sitio Web de Afroamiga son personas interesadas en la temática de la afrodescendencia, punto central de este sitio.

Una vez explicadas en detalle las diferentes etapas, pasos y estrategias metodológicas aplicadas para llevar a cabo la presente investigación, en el capítulo siguiente se abordará todo lo relacionado con las herramientas aplicadas para la creación y desarrollo del espacio digital de Afroamiga.

Capítulo IV: Desarrollo de afroamiga.wordpress.com: la afrodescendencia en la Web 2.0

En este capítulo se especifican los diferentes elementos relacionados con la creación del espacio digital, tales como su aspecto gráfico, la estructura del sitio, el contenido, los colores y los widgets, las herramientas y las aplicaciones utilizados.

1.- Misión del espacio digital de Afroamiga

La misión del sitio Web es promover la Fundación Afroamiga y ofrecer contenido especializado y actualizado sobre los diferentes temas relacionados con la afrodescendencia. Esto le permitirá convertirse en punto de referencia para estudiantes, investigadores y personas interesadas en el tema de la afrodescendencia, que en los últimos años ha cobrado valor e importancia tanto en América Latina como en el resto del mundo.

2.- Objetivos del espacio digital de Afroamiga

- Proporcionar noticias, informaciones y demás contenidos relacionados con la afrodescendencia
- Captar donantes y/o voluntarios que quieran sumarse a la labor de la Fundación Afroamiga
- Fomentar la discusión en torno a las situaciones que afectan a los afrodescendientes

- Propiciar la participación de la audiencia no sólo a través de comentarios, consultas y/o sugerencias, sino también del suministro de materiales que puedan ser incorporados al espacio digital

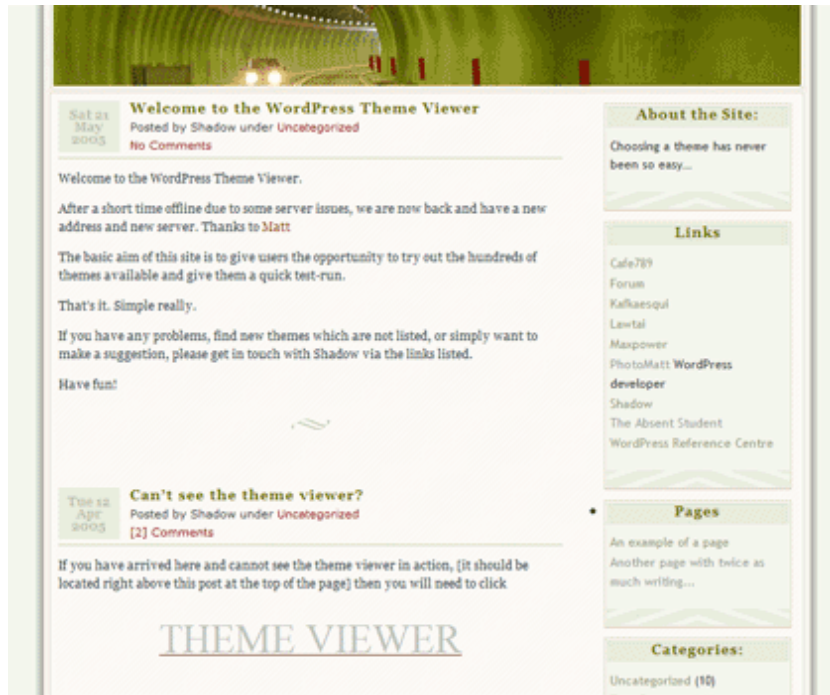
3.- Audiencias del espacio digital de Afroamiga

El espacio digital de Afroamiga estará dirigido a diferentes públicos, pero muy especialmente a:

- Personas que se reconozcan como afrodescendientes
- Personas interesadas en temas relacionados con la afrodescendencia
- Afrodescendientes que estén en busca de ayuda social
- Público en general que pueda convertirse en contribuyente o voluntario de la Fundación

4.- Evolución de los aspectos gráficos del sitio de Afroamiga

Cuando se configuró el espacio digital con Wordpress se utilizó la plantilla *Connections* de dos columnas, diseñada por www.vanillamist.com. En una columna aparecen las entradas que se publican de manera cronológica ascendente, desde la más antigua hasta la más reciente; en la otra columna se muestran los diferentes widgets, herramientas y aplicaciones.



Para comenzar a desarrollar el concepto del sitio Web se decidió colocar el mismo nombre de la Fundación en la cabecera de la plantilla como logo con letra Snap ITC en color # 003300 sobre fondo blanco. Esta configuración inicial fue utilizada durante algunos meses.

Afroamiga

Con esta cabecera sencilla (verde sobre blanco) se fue publicando el contenido en varias páginas, que posteriormente fueron redistribuidas, fusionadas y/o eliminadas, según avanzaba el proyecto.

Inicio | Afrodescendencia | Contáctenos | Enlaces | Eventos | Multimedia | Nosotros | Noticias | Proyectos

Fundación Afroamiga

Venezuela conformará comité afroindígena
 July 6, 2015
 Posted by Fundación Afroamiga under Afrodescendencia (edit this)
 Leave a Comment

Venezuela decidió conformar próximamente un comité afroindígena. Así lo informó el Viceministro de Relaciones Exteriores para África, Reinaldo Bolívar, al culminar la reunión realizada, este viernes, para revisar los resultados de la X Cumbre de Presidentes de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América-Tratado de Comercio de los Pueblos (ALBA-TCP) con autoridades indígenas y afrodescendientes, que se efectuó recientemente en Otavalo, Ecuador.



"Este encuentro que realizamos hoy es un gran aval, una gran esperanza de que lo que nuestros

Bienvenidos
 Bienvenidos a este espacio de la Fundación Afroamiga. Un sitio creado para el intercambio de ideas sobre temas relacionados con la afrodescendencia.

Buscar

Suscripción por correo electrónico
 Haga clic para suscribirse a este blog y recibir notificaciones de nuevas entradas por email.

Sign me up!

Posteriormente, con el fin de administrar mejor los contenidos, se cambió al tema *Coraline* de dos columnas, creado por Automatic, porque se consideró que los contenidos presentados con esta plantilla resultaban más atractivos visualmente para los usuarios.

The Coraline Theme

Just another WordPress.com Theme

HOME | A PRESENT PAGE | ABOUT | CONTACT | HTML ELEMENTS | IMAGES | READABILITY TEST



A Sticky Post
 You can mark a post as sticky by checking the option that says "Stick this post to the front page" in the Publish settings on any post. Sticky posts are great for short but important messages you want to stay prominent.

Posted in [Ecuador](#) | [Leave a comment](#)

Sometimes you only want to post something about or a quick link sometimes. In that case, an Aside post is the thing for you. Just post to the Aside category!

Posted on [July 10, 2015](#) by [Sara Brown](#) | [Leave a comment](#)

THE FEATURE WIDGET AREA
 If you're using a three-column layout with sidebar on the right or left you get an extra widget post (it's a call to action for highlighting important stuff).

CALENDAR
 July 2015

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

META

- Register
- Login
- Privacy Policy
- Comments RSS
- WordPress.com

WIDGETS

- Apply widget

Al activar la plantilla *Coraline* se optó por invertir el uso de los colores de la palabra que estaba funcionando como logo, que de verde pasó a ser blanca y el color del fondo se cambió a verde # 003300, conservando la fuente Snap ITC.



Con estas adaptaciones y cambios en la imagen la apariencia del sitio Web terminó siendo:



Con la intención de dar forma a la página de Afroamiga a través de un concepto visual más acorde con su esencia y de hacer agradable su imagen, se solicitó apoyo a una profesional del diseño quien presentaría propuestas para el banner completo. A tal fin se le suministraron ideas de lo que se quería reflejar.

Las primeras propuestas no fueron empleadas porque no expresaban fielmente el concepto de la Fundación. Por ende, se le solicitó hacer un cambio radical y se le recordaron los elementos que debía incluir el logo.

De allí surgió una propuesta totalmente renovada, aunque no reflejaba la afrodescendencia en su expresión más amplia. Atendiendo a estas sugerencias, la diseñadora realizó los ajustes pertinentes y presentó el boceto que finalmente se adoptó como imagen de Afroamiga:

Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta final aceptada



Cuando se adoptó el nuevo diseño de Afroamiga, la plantilla de Wordpress seguía siendo *Coraline* de dos columnas, la cual se mantuvo aproximadamente por un mes.



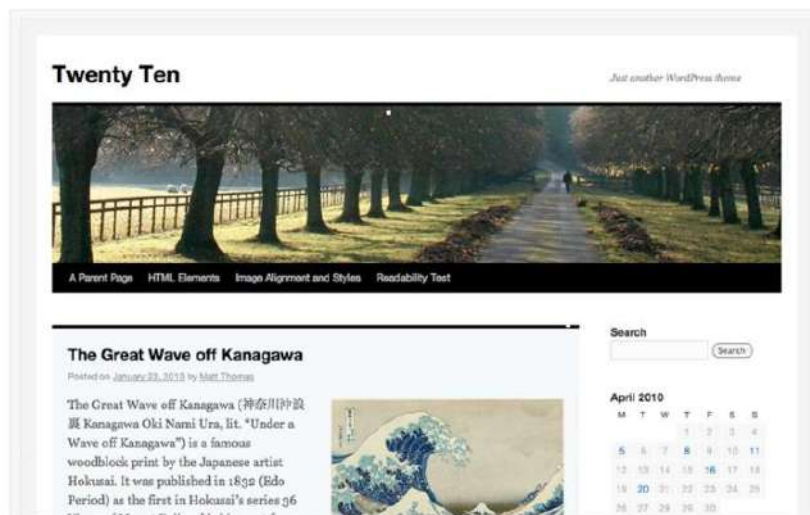
Como el tema *Coraline* presentaba algunos inconveniente visuales, específicamente en cuanto al menú y su disposición, se tomó la decisión de cambiar definitivamente el tema por el *Twenty Ten*, creado por the WordPress team.

Otras razones de peso que motivaron la escogencia de esta plantilla fueron las siguientes:

- Ofrece dos o tres columnas posibles para su configuración. En este caso se activaron sólo dos columnas: una en la que se publican los posts, y otra en la que se pueden agregar y distribuir los diferentes widgets, herramientas y recursos de la Web 2.0 que ofrece el sistema Wordpress.com.

- La cabecera se puede personalizar, lo que permitió agregar el banner diseñado para la Fundación y mostrar así explícitamente la identidad de Afroamiga.
- Es agradable, sencilla, permite añadir (secciones) páginas y subpáginas, ampliar el tamaño del logo, y distribuir el menú debajo del logo y en un solo renglón.

Modelos de plantilla *Twenty Ten*



Todos estos cambios hicieron que el diseño resultara más agradable, equilibrado, y atractivo visualmente para los usuarios. La apariencia final del espacio digital de Afroamiga disponible para todos los visitantes es la siguiente:



Inicio Nosotros Proyectos Afrodescendencia Documentos Multimedia Escuchar música Eventos

— ¿Cómo se celebra la Navidad en África? —

Cuento de Navidad —

Afroamiga y funcionarios del Despacho para África hacen donativo a comunidad afro afectada por lluvias

Publicado el 08 de noviembre de 2011 por Fundación Afroamiga

ESTE SITIO WEB SE HACE DESDE VENEZUELA



BIENVENIDOS

Desde Caracas, Venezuela, te damos la bienvenida a este espacio de la Fundación Afroamiga. Un sitio creado para el intercambio de ideas sobre temas relacionados con la afrodescendencia.

PARTICIPA EN LA ENCUESTA



BUSCADOR

SUSCRIPCIÓN POR CORREO ELECTRÓNICO

Estas suscrito a este blog (administrar).

NOS PUEDES SEGUIR EN:



Representantes de la Fundación Afroamiga, funcionarios del Despacho del Viceministro para África de la Cancillería venezolana y personal de nuestras Embajadas en el continente madre unieron sus volutades y recursos económicos para adquirir una serie de insumos que donaron a las personas afectadas por las lluvias en Barlovento, estado Miranda.

El donativo fue entregado en el centro de acopio dispuesto por la Alcaldía del Municipio Acevedo en sus instalaciones, en la población de Caucagua, donde fue recibido por trabajadores de ese ayuntamiento y por colaboradores de la comunidad.

El Viceministro para África, Reinaldo Bolívar, expresó que la realización de esta actividad se hace de manera voluntaria "no es una obligación para nosotros, es algo justo para la población afro, que es una de las más vulnerables y de las más afectadas por el fenómeno natural".

Verificó la acción para asegurar a todos los integrantes del Despacho para África, el

El diseño final se convirtió en un aporte más de este Trabajo Especial de Grado para la Fundación Afroamiga y debido a su importancia fue difundido al público tanto interno como externo a través de las redes sociales Twitter y Facebook donde existe una dinámica activa entre usuario-Fundación.

El aporte que representa el diseño de la imagen de Afroamiga marcó la vida de la propia Fundación, motivando incluso el cambio de la papelería y de otros recursos impresos.

5.- Estructura del contenido

La distribución del contenido del espacio digital se realizó a través de varias páginas con el fin de estructurar la información en diferentes secciones. El menú para acceder al contenido se encuentra ubicado en la parte inferior de la cabecera y funciona a modo de menú principal del sitio.

Las páginas (secciones) que quedaron definitivamente incorporadas se seleccionaron de acuerdo con la observación que la autora realizó a 27 sitios Web de Organizaciones No Gubernamentales. Se consideraron las más utilizadas en dichas páginas, a saber:

- **INICIO-NOTICIAS**
- **NOSOTROS**
- **PROYECTOS**
- **DOCUMENTOS**
- **MULTIMEDIA**
- **EVENTOS**

Algunas de las páginas seleccionadas se subdividieron con el fin de lograr una mejor estructuración del contenido y facilitarle la navegación al usuario.

Las subdivisiones de las páginas son las siguientes:

NOSOTROS:

¿Quiénes somos?

Contacto

AFRODESCENDENCIA:

Héroes y heroínas de la afrovenezolanidad

Folclore

Gastronomía

Otros

PROYECTOS:

Centro de saberes africanos

A este grupo de páginas se incorporaron otras dos, que no surgieron del proceso de observación, sino de la necesidad de ofrecer a los usuarios contenidos difíciles de conseguir, dispersos o inexistentes en la red, situación que se considera sumamente favorable para quienes están interesados en el tema de la afrodescendencia. Esta realidad fue detectada por la autora durante su desarrollo profesional en el área.

Estas dos páginas son: **ESCUCHAR MÚSICA** y **AFRODESCENDENCIA**.

A continuación se muestra el mapa de navegación actual del espacio digital:



Mapa del sitio

INICIO NOSOTROS PROYECTOS AFRODESCENDENCIA

- ¿Quiénes somos?
- Contacto

- Centro de Saberes Africanos

- Héroes y heroínas de la afrovenezolanidad
- Folclore
- Gastronomía
- Vocabulario
- Otros legados

DOCUMENTOS MULTIMEDIA ESCUCHAR MÚSICA EVENTOS

El menú principal quedó establecido de la siguiente manera:



INICIO: este nombre viene definido por defecto en la plataforma Wordpress y no puede ser modificado. En esta página aparecen las entradas que se van publicando, en orden cronológico desde la más antigua hasta la más reciente, como habitualmente ocurre en los blogs.

Venezuela y África profundizan lazos de amistad a través de cátedra libre

Publicado el [noviembre 19, 2010](#) por [Fundación Afroamina](#)

Venezuela y el continente africano profundizan sus lazos de amistad y hermandad a

través de la Cátedra Libre África, en la cual estudiantes de 15 universidades del país tienen acceso a las costumbres, tradiciones y a la rica variedad cultural del continente negro.

Así lo dio a conocer el viceministro de Relaciones Exteriores para África, Reinaldo Bolívar, durante el I Encuentro de la Cátedra Libre África, que se realizó en la sede de la Universidad Rómulo Gallegos de San Juan de los Morros, estado Guárico.

Explicó que gracias a estos espacios académicos se propicia la discusión e intercambio de ideas acerca de la afrodescendencia, la negritud, la historia

africana y la lucha contra la discriminación.

“Hoy nos reunimos en el estado Guárico para revisar la experiencia de cada universidad en torno al funcionamiento de la cátedra con sus estudiantes y con la comunidad, porque más que una asignatura, la cátedra libre busca ir a la calle para que la ciudadanía tenga acceso a la información sobre África”, dijo.

Señaló que esta es una actividad que coloca a Venezuela como el único país de América con una cátedra referida a la madre África.

A esta actividad se han sumado voluntades y esfuerzos del Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria, el Parlamento Latinoamericano, universidades, alcaldías, y misiones diplomáticas.

“Entre los objetivos de esta cátedra se encuentran difundir la historia afrovenezolana y afroamericana, promover el estudio y conocimiento integral de África y su papel en el contexto mundial y fortalecer desde el conocimiento los vínculos socio culturales con África y la diáspora africana”, destacó.



Foto: Janite Fuentes

Otra característica presente en esta sección es el etiquetado que aparece al final de cada entrada, el cual muestra al usuario los principales elementos que describen cada información y que permite además posicionarse en los buscadores.

NOSOTROS: en esta página se presentan los datos básicos de identificación de la Fundación Afroamiga. A ésta se le agregaron dos subpáginas: **¿Quiénes somos?**, donde se ofrece la información relativa a qué es la Fundación Afroamiga, su objetivo general, sus objetivos específicos, su estructura, sus atribuciones y las funciones del consejo directivo; y **Contacto**, que contiene la dirección de correo electrónico al que pueden escribir las personas interesadas en remitir algún material o enviar de manera privada algún comentario, solicitud o sugerencia.



¿Quiénes somos?

Afroamiga:

Es una fundación de carácter privado, sin fines de lucro con personalidad jurídica conforme a la Ley, y con capacidad plena para realizar todos los actos que sean necesarios para el cabal cumplimiento de objetivo social. Fue creada el 08 de diciembre de 2006.

Afroamiga es una iniciativa del Profesor Reinaldo Bolívar y de un grupo de africanistas que, a partir de su labor en el Despacho del Viceministro para África de la Cancillería de Venezuela, buscan formas afines para promover la Diplomacia de los Pueblos, entre entre ellos: Daniel Cartaya, Ida Clemente, Eddy Córdova, Reina Arratia, Michel Mújica, Lourdes Pérez, Lauribel Rojas, Yelandri Ochoa, Juan Carlos Barrios, Aff Tajeldine, Víctor Carazo, Doris Delgado, Jezabel Lozada, Olga Fonseca, Roger Echeverría, Janite Fuentes, Rafael Guilarte y muchos más, en un colectivo que crece día a día.

Objetivo general:

Fortalecer los lazos de hermandad que unen a los pueblos de África y al de Venezuela.

Objetivos específicos:

- Propender la realización de obras de asistencia social especialmente cuanto se refiere a ayuda a poblaciones afrodescendientes de escasos recursos económicos mediante el otorgamiento de ayudas económicas, becas, libros de enseñanza, y en general todo cuanto implique fomento y protección de la calidad y esperanza de vida de esta población específica.
- Impulsar la realización de investigaciones científicas vinculadas a la historia y a las condiciones de vida y salud de la población afrodescendiente en el país.
- Desarrollar campañas informativas y educativas permanentes para la divulgación de los distintos aspectos vinculados al legado histórico africano y su influencia en la cultura venezolana.
- Establecer y mantener relaciones interinstitucionales con asociaciones afines en el país y el extranjero.
- Captar los recursos económicos y financieros necesarios para sus actividades.
- Cooperar, intercambiar y coordinar acciones con otros organismos similares y con instituciones gubernamentales.

Estructura:

Contacto

Para contactarnos:

Si quieres unirte a nosotros, aportar cualquier comentario, consulta y/o sugerencia o remitirnos tus textos relacionados con afrodescendencia a fin de que sean publicados en este sitio web puedes contactarnos escribiéndonos al siguiente correo electrónico: afroamigafundacion@gmail.com o dejar tu comentario directamente en este espacio.

PROYECTOS: es donde se publica toda la información relacionada con los proyectos que está desarrollando la Fundación Afroamiga. Habrá una subpágina por cada proyecto. En este momento hay un solo proyecto en ejecución, para el cual se activó la subpágina que tiene el mismo nombre del proyecto: **Centro de Saberes Africanos**. Hasta el momento esta subpágina explica la definición, justificación, objetivos y metas del proyecto.



Centro de Saberes Africanos

El *Centro de Saberes Africanos* se inscribe en las aspiraciones de la Declaración de Nueva Esparta de la II Cumbre América del Sur – África y en el Plan de Implementación ASA 2010 – 2015.

El *Centro de Saberes Africanos* se propone promover la integración productiva lingüística y cultural entre nuestros pueblos, mediante la creación de un espacio de referencia para el desarrollo de la docencia, investigación y extensión, canalizada a través de cursos, talleres, seminarios, exposiciones, muestras socioculturales y estudios de postgrado; así como la difusión y aplicación del conocimiento humanístico en función de revalorizar la memoria histórica y colectiva de los nexos ancestrales que nos unen con nuestras raíces que permitan la toma de decisiones en función del crecimiento y bienestar de los pueblos de origen africano.

El *Centro de Saberes Africanos* impulsará mediante eventos y conferencias temas que coadyuven al establecimiento de relaciones de pluralidad cultural con África y su diáspora que constituya un aporte substancial en el orden cultural, científico y político, en respuesta a la necesidad de fortalecer la reflexión, formación y comprensión del ser humano en el contexto de los saberes científicos, populares y humanísticos mediante la investigación y acción inter y transdisciplinaria.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El *Centro de Saberes Africanos* plantea una función de desarrollo y difusión del intercambio cultural para favorecer las relaciones solidarias con los países africanos y la diáspora, mediante la expansión del conocimiento mutuo entre nuestros pueblos, a través del incremento de contactos con movimientos socio-culturales, tales como festivales, encuentros, congresos, mingas, movilizaciones y reuniones internacionales para dar a conocer y complementar las variadas disciplinas de la ciencias, arte y la cultura, en su relación de reciprocidad y alternabilidad geográfica.

Para cumplir esta misión, sus actividades se dirigirán a crear, asimilar y difundir el saber mediante la investigación y la enseñanza, promoviendo la voluntad de desarrollo. Por lo mismo, concederá especial importancia a la promoción de las fortalezas humanas y particularmente de la juventud.

El *Centro de Saberes Africanos* trabajará por la integración de América y África, a fin de salvaguardar, enriquecer y difundir su común patrimonio histórico-cultural, a través del

AFRODESCENDENCIA: presenta una serie de contenidos relacionados con diversos temas de la afrodescendencia. Estos contenidos están distribuidos estratégicamente en las subpáginas con el fin de presentarlos de manera más organizada a quienes se interesen por el legado afro.



Héroes y heroínas de la afrovenezolanidad: en ella se publica una serie de biografías breves de personajes importantes de la afrovenezolanidad. Éste es un aspecto relevante pues forma parte de la historia venezolana no incluida en los textos escolares actuales y cuya búsqueda es, sin embargo, asignada frecuentemente a los alumnos de educación básica. Ante esta situación, Afroamiga será, de visita obligada, captará mayor cantidad de usuarios y se convertirá en referencia para los estudiantes.

Héroes y heroínas de la afrovenezolanidad

Este espacio está dedicado a aquellos héroes y heroínas de la afrovenezolanidad, quienes con sus luchas, sus ideas y sus aportes marcaron la historia de nuestro país, muy conocidos para algunos y tal vez desconocidos para otros. Por ello, publicamos sus biografías a fin de contribuir en la difusión del conocimiento acerca de estos personajes.

HIPÓLITA Y MATEA BOLÍVAR



Hipólita y Matea estuvieron con el niño Simón de nueve años cuando en 1792 muere aún muy joven su madre María Concepción Palacios. En ellas se cobijó el triste Simoncito, aún incapaz de comprender la magnitud de su desgracia.

Hipólita lo adoptó como su propio hijo mientras Matea lo atendía como a un hermanito a quien le enseña lo bueno y lo malo que depara la vida. Las dos lo acompañaron en el penoso dolor cuando en

1803 muere su esposa María Teresa del Toro en la casa “El Ingenio” en San Mateo.

Años después lo vieron llegar glorioso a Caracas en agosto de 1813 luego de la Campaña Admirable. Estuvieron como soldados y enfermeras cuando la hermosa casa de San Mateo se transformó en cuartel del Ejército Libertador.

Le arrojaron flores y lágrimas alegres desde los balcones de Caracas cuando lo observaron por última vez en 1827. Seguía siendo para ellas “el niño Simoncito”. Muchos comentaban que el Libertador al verlas comentó: “allí están mis amadas negras: Hipólita que me dio de comer, Matea que me enseñó mis primeros pasos”.

Sus nombres han estado siempre en la memoria de Venezuela porque representan la historia tierna y bonita del Padre de la Patria durante su niñez, adolescencia y juventud. Como verdaderas madre y maestra, por obra y gracia del destino y las circunstancias, Hipólita y Matea forjaron en el futuro del Libertador los más nobles sentimientos humanistas, morales y libertarios.

Estas mujeres representantes de la negritud, de la afrodescendencia, de la venezolanidad, amigas inseparables, hermanas en la historia, esperan estar pronto en el Panteón Nacional junto a su “niño Simoncito”.

Folclore: en esta subpágina se publican diversos datos relacionados con música, danza, creencias, cuentos, leyendas y otras expresiones que están directamente vinculadas con la herencia afro que destacarán el valor de las tradiciones y costumbres de los afrodescendientes.

Landó: ritmo afroperuano



Foto: Reseñas de Danzas del Perú.

Es un ritmo típico de la costa peruana y perteneciente al folklore negro. Tiene un ritmo muy complejo acompañado principalmente por el Cajón y los bordones de la Guitarra Criolla.

Evolución del Lundú que era una Danza angoleña de ceremonia nupcial, traída por los esclavos negros, y en la cual se recreaba una pantomima del acto copular, culminando con un golpe de pelvis con pelvis. Más tarde se popularizó con el nombre de Lundero, en la villa de

Santiago de Miraflores de Saña, provincia de Lambayeque, y dando origen más tarde al Tondero. Mientras, en Lima, evoluciona dando lugar a la Zamacueca, y fue rebautizada por Abelardo Gamarra, en 1879, como Marinera

EL Landó se destaca por ser gran parte de la cultura peruana, en sí, es un producto de la época colonial española. Sus raíces, claro está, son africanas y para poder apreciar la música afro-peruana, a continuación, te ofrezco algo de la historia africana en el Perú.

Los esclavos fueron traídos a Perú con mucha cautela. Estos fueron dispersados por América, dando dificultad a la rebeldía africana. Dificultad porque los esclavos en el Perú fueron de diferentes tribus, de esta manera se garantizaba el amansamiento de los esclavos y se disminuía la cantidad de rebeldes.

En el siglo 16, los esclavos se desenvolvían, principalmente en las minas para trabajar el oro y la plata de los Andes. Desgraciadamente la altitud desfavorecía la sobrevivencia de los esclavos, ya que no estaban acostumbrados a la altura de los Andes. Muchos murieron por la terrible condición en que vivían y la calidad de vida que les fueron ofrecidas por la corona española. Los esclavos también trabajaban las haciendas españolas en la costa peruana, donde el clima suele ser caliente, gracias a los desiertos costeros.

Fue en estas haciendas donde la música negroide-peruana dio brote. Restringidos en cada aspecto de sus vidas, sin libertad, y sin expresión autónoma, la música y el baile fueron una manera de desenvolverse entre sus comunidades, de protestar la toma de su libertad en contra de los españoles. Eventualmente los españoles prohibieron los instrumentos caseros a los esclavos, pero la música y la danza africana seguía viva a espaldas del español.

Gastronomía: Allí se agregan artículos, historias, recetas, entre otros datos interesantes sobre este tema.

Gastronomía

Hay una gran cantidad de elementos en común entre la gastronomía africana y la gastronomía de nuestra América. Acá encontrarás artículos, historias, recetas entre otros datos interesantes relacionados con este tópico.

Chicha de arroz con piña

Ingredientes:

½ kilo de arroz

2 piñas (sólo la concha)

1 kilo de azúcar

2 cucharadas de vainilla

Preparación:

Pele las piñas y ponga a fermentar las conchas en una olla con agua durante cinco días. Cocine el arroz en el agua de piña fermentada incluyendo las conchas, hasta que el arroz quede bien blandito, deje enfriar, licue y agregue vainilla, agua y azúcar al gusto.

Sirva con hielo.

Fuente: Recetario de comida Afroveroense, estado Yaracuy, Venezuela

Comparte esta información   Tweet 0    

[Editar](#)

Vocabulario: en esta subpágina se publican diversos documentos y materiales relacionados con el vocabulario que los africanos han legado a nuestra América.

Vocabulario

En esta sección podrás encontrar diferentes documentos relacionados con palabras, frases y demás expresiones que nos legaron los negros africanos cuando fueron traídos por la fuerza a nuestras tierras.

Huellas de Africanía en la toponimia de Ortiz

El presente trabajo estudia un total de once palabras con influencia africana que son parte del español, y constituye actualmente los nombres de lugares de varios sitios del municipio Ortiz de Venezuela. Son vocablos derivados de palabras que los esclavizados negros introdujeron en Venezuela, y por ende cuando los españoles los trajeron para trabajar en sustitución de los indios caribe, exterminados por los mismos españoles de la época de la colonización. La mayoría de topónimos estudiados son documentados, es decir, obtenidos de fuentes documentales escritas.

[Huellas de Africanía](#)

Otros legados: aquí se publican contenidos genéricos relacionados con la afrodescendencia que no entran en ninguna de las subcategorías ya establecidas.

Otros legados

San Basilio de Palenque: tradición africana en la tierra de Colombia



En la costa del Caribe colombiano, a una hora de la ciudad de Cartagena, entre montañas y ciénagas, se encuentra un lugar donde a pesar del transcurso del tiempo sus habitantes viven igual como hace varios siglos, guiándose por sus costumbres, tradiciones y ritos africanos.

Este lugar, conocido como San Basilio de Palenque es famoso gracias a su símbolo, las palenqueras, es decir mujeres de piel oscura que en los vestidos multicolores caminan, moviendo las caderas y balanceando en sus cabezas las palanganas llenas de frutas frescas.

Las palenqueras son la imagen de una historia complicada y difícil de sus ancestros y simbolizan la lucha de los negros cimarrones (esclavos que con un gran valor huyeron de sus dueños para buscar un mejor futuro).

DOCUMENTOS: allí se publican leyes, decretos, libros, revistas, investigaciones, estudios, entre otros contenidos relacionados con la afrodescendencia.

Documentos

Aquí encontrarás leyes, revistas, libros, artículos, investigaciones, entre otros documentos relacionados con la afrodescendencia.

Renace el “Checo” antiguo instrumento de percusión afroperuano

Este texto elaborado por Luis Rocca Torres, editado por el Museo Afroperuano, aborda diferentes aspectos relacionados con este instrumento musical.

[Renace el Checo](#)

Resolución 64/169 de la Asamblea General de las Naciones Unidas que declara el 2011 como año Internacional de los afrodescendientes

Este documento fue aprobado en marzo de 2010 con la intención fortalecer las medidas nacionales y la cooperación regional e internacional en beneficio de los afrodescendientes.

[Resolución año de los afrodescendientes](#)

Declaración afrovenezolana desde el ámbito de nuestra diversidad cultural y la interculturalidad

Este documento fue generado en el estado Nueva Esparta de Venezuela, en diciembre de 2010, a propósito del encuentro de La Red de Educadores Interculturales de esa entidad regional.

[Declaración afrovenezolana desde el ámbito de nuestra diversidad cultural y la interculturalidad](#)

Actualidad Afrodescendiente en Iberoamérica. **Estudio sobre organizaciones civiles y políticas de acción afirmativa**
Cuadernos SEGIB – PNUD N° 1

MULTIMEDIA: contiene galerías fotográficas, slide shows y videos de diferentes actividades del ámbito de la afrodescendencia.

Multimedia

Compartimos contigo videos, documentales y fotogalerías de interés sobre diferentes actividades vinculadas con la afrodescendencia.

Actividades realizadas en el marco de la celebración del nacimiento de la Negra Matea Bolívar

Durante esta festividad, celebrada el 21 de septiembre de 2010, se colocó una ofrenda floral ante el busto de la Negra Matea ubicado en el bulevar que lleva su nombre, en San José de Tiznados, municipio Ortiz del estado Guárico, se realizaron diversos actos culturales y se picó un pastel en su honor.



Fotos: Lauribel Rojas

Publicado el: 26 de septiembre de 2010

ESCUCHAR MÚSICA: ofrece una variedad de colecciones musicales de cantantes y agrupaciones afrodescendientes nacionales e internacionales. Estos temas musicales pueden ser descargados, escuchados y compartidos con otros usuarios de manera gratuita. Esta sección proporciona un valor agregado de gran atractivo para los usuarios, relacionado con las características principales de la Web 2.0.

Escuchar música

Aquí tienes a tu disposición una serie de colecciones de música de cantantes y agrupaciones afrodescendientes, las cuales podrás descargar gratuitamente haciendo click en la que prefieras.

[Antología de la música Afrocubana Volumen 7](#)

[Antología de la música Afrocubana Vol 6](#)

[Antología de la música Afrocubana Vol 5](#)

[Antología de la música Afrocubana Vol 4](#)

[Antología de la música Afrocubana Vol 3](#)

[Antología de la música Afrocubana Vol 2](#)

[Antología de la música Afrocubana Vol 1](#)

[Música Afroyaracuyana](#) (Ritmos de Yaracuy, Venezuela)

[Música Afrovarguense](#) (Ritmos de Vargas, Venezuela)

[Música Afrocarabobeña](#) (Ritmos de Carabobo, Venezuela)

[Música Afrozuliana](#) (Ritmos de Zulia, Venezuela)

[Música Afrollanera](#) (Ritmos del Llano venezolano)

[Música Afrolareense](#) (Ritmos de Lara, Venezuela)

[Música Afrobarloventeña](#) (Ritmos de Barlovento, Venezuela)

[No la llames diosa... mujeres negras al sur](#) (Música afrouruuguaya)

[Sobremaderas](#) (Agrupación afrouruuguaya nuevos temas)

[Sobremaderas](#) (Agrupación afrouruuguaya álbum Percepciones)

EVENTOS: esta página ofrece a los visitantes información sobre las diferentes celebraciones, conferencias, seminarios, entre otras actividades, relacionadas con la afrodescendencia.

Esta sección está a disposición de los usuarios para que remitan información de los eventos que deseen anunciar. Para ello, se ofrecen dos alternativas: pueden escribir los datos directamente en un formulario que se agregó a la página o escribir al correo electrónico. En ambos casos, los datos que remiten llegan a la bandeja de la cuenta de correo de Afroamiga.

Hay que acotar que algunos de los eventos que se han publicado en el sitio de Afroamiga son aportes de los usuarios, lo cual proporciona un valor de participación en el sitio Web de Afroamiga de gran importancia para esta investigación.

Eventos

Si quieres anunciar tu evento aquí, envíanos la información a afroamigafundacion@gmail.com y tu actividad será subida de inmediato. Si tu envío sólo posee texto puedes escribir la información directamente en el formulario que está a continuación y nos llegará directamente a nuestro correo electrónico.

Nombre (requerido)

Correo electrónico (requerido)

Web

Mensaje

En el correo electrónico debes añadir los siguientes datos: título del evento, foto, imagen o flyer (si la hay), información del evento, links o URL (Website del grupo, colectivo, empresa o de donde se obtendrá más información), tipo de evento (concierto, videoforo, fiesta, obra, taller, seminario, conferencia, etc), datos del evento: fecha, hora, lugar, organización, precios, etc.

Presentación del Centro de Saberes Africanos en Caracas, Venezuela

El acto se realizará el jueves 27 de enero de 2011 en la Sala Federico Núñez Corona de la Universidad Nacional Experimental de la Fuerza Armada (UNEFA-Chuao), ubicada en el piso 12, a partir de la 9 de la mañana.

Taller Pueblo Afroecuatoriano, ciudadanía, movimiento social y política

Se efectuará el 16 de noviembre, de 9 de la mañana a 5 de la tarde, en el Hemiciclo de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) Ecuador, ubicado en Pradera E7-

Como se puede apreciar, el contenido quedó distribuido en diferentes páginas y subpáginas con el fin de que los usuarios accedan a los datos de manera más ágil y cómoda, evitando así que se pierdan en el espacio digital. Esta distribución atiende a los actuales criterios de navegación.

Todas las secciones tienen habilitada la opción de comentarios con la intención de poner a disposición de los usuarios la posibilidad de

publicar sus opiniones, característica principal de los blogs y de la Web 2.0.

La estructura de contenido presentada y descrita está inteligentemente planificada para promover la Fundación Afroamiga y todos los asuntos relacionados con la afrodescendencia a través de este espacio digital 2.0.

6.- Colores del sitio Web

Los colores base del sitio Web vienen preestablecidos en la plantilla *Twenty Ten*: negro, gris y azul. Estos fueron seleccionados porque, combinados con los colores de la cabecera de la página, crean un ambiente agradable y equilibrado.

En el banner, que contiene la imagen gráfica de Afroamiga, se destaca el verde, el cual fue seleccionado por ser el color que más predomina en las banderas africanas. Además, se combinó con el color tierra, que muy habitualmente es usado en los diseños relacionados con el tema afro.

El resto de los colores seleccionados para los elementos del sitio se especifican a continuación:

- El fondo del espacio digital es blanco
- Los títulos y los textos de las entradas son negros, pero -en el primer caso-, al pasar el mouse sobre ellos, su color cambia a naranja # FF6600

- Las fechas de las entradas y las leyendas de las imágenes y fotos son de color gris # 999999 y en el primer caso cambian a naranja # FF6600 al desplazar el mouse por encima de ellas
- El texto de las entradas es negro
- El fondo del menú principal es negro y al parar el mouse en las secciones cambia a gris # 333333
- Las nombres de las secciones del menú principal son de color blanco
- El color del título de los widgets es negro
- Los textos de los widgets son de color gris # 999999, pero en el caso de las categorías, la nube de etiquetas y las entradas más vistas son azul # 0066CC
- Los enlaces son de color azul 0066CC

7.- Tipografía del espacio digital

La tipografía del texto de las entradas y de los widgets es Georgia; el menú principal, las leyendas de las imágenes y las fotos, los títulos de las entradas y de los widgets, y las etiquetas usan Arial. Estas fuentes vienen predeterminadas con la plantilla *Twenty Ten*.

8.- Widgets, aplicaciones y herramientas del sitio

Los widgets, en su mayoría, están dispuestos en la barra derecha del sitio Web mientras que un grupo muy pequeño (sólo cuatro) están en la parte inferior del sitio, al final del mismo. Estos son de diferentes tipos:

de texto, de imágenes, de enlace a nuestras redes sociales y a otros sitios, entre otros.

A continuación se presentan cada uno de los widgets, aplicaciones y herramientas que se utilizaron en el espacio digital de Afroamiga y se explican las razones por las cuales fueron empleadas.

En la columna derecha están los siguientes widgets:

- Widget de imagen al que se agregó una bandera de la República Bolivariana de Venezuela, acompañada del texto **Este sitio Web se hace desde Venezuela**, con el fin de identificar el lugar desde el cual se creó el espacio digital y desde el cual se está administrando todo el contenido que se sube al espacio digital de Afroamiga. Con este widget se pretende además que los usuarios identifiquen desde un principio la procedencia del sitio sin necesidad de buscar por toda la página para encontrar dicha información.

**ESTE SITIO WEB SE HACE
DESDE VENEZUELA**



- Widget de texto, lleva el nombre **Bienvenidos**, describe, en breves palabras, el propósito del espacio digital y la temática que en él se aborda.

BIENVENIDOS

Desde Caracas, Venezuela, te damos la bienvenida a este espacio de la Fundación Afroamiga. Un sitio creado para el intercambio de ideas sobre temas relacionados con la afrodescendencia.

- **Participa en la encuesta:** es el nombre que se le dio a la aplicación de Wordpress (polldaddy.com), que permite agregar una encuesta en la página. La consulta que se está haciendo desde hace unos días a los usuarios es la que se muestra a continuación:

PARTICIPA EN LA ENCUESTA



¿Estás de acuerdo con que los restos de las negras Hipólita y Matea sean trasladados al Panteón Nacional?

Si

No

vote

View Results

Share This

PollDaddy.com

- **Buscador:** es el título que se le dio a la herramienta que permitirá a los usuarios hacer sus búsquedas dentro del espacio digital. La intención es que a través de ésta puedan localizar la información de su interés sin necesidad de revisar sección por sección.

- **Suscripción por correo electrónico:** en donde el usuario puede registrarse para recibir notificaciones a través de su cuenta de correo cada vez que se publique una nueva entrada en el sitio Web.
- Con la incorporación de dos widgets de imagen cuya denominación es **Nos puedes seguir en**, se activó en el sitio Web de Afroamiga el acceso directo a sus cuentas en las redes sociales Facebook y Twitter, con lo cual se pretende agrupar en el sitio todos los elementos de la Web 2.0 con los que cuenta la Fundación para que el usuario los identifique y haga uso de ellos. Con esto se crea una especie de vitrina “donde se tienen todas las herramientas para el que viene a visitarte. Integrando el Facebook el Twitter, y la página” Sonia Blanco (Comunicación personal, 16 de junio de 2010).
- **Categorías:** es un widget que permite presentar a los visitantes la información agrupada por temáticas, con lo cual se facilita la búsqueda de datos dentro del sitio Web. Se establecieron las siguientes categorías: afrodescendencia, arte y cultura, eventos y religión. Este widget lleva un registro de cuántas entradas se han publicado bajo cada categoría.
- La aplicación **Nube de etiquetas** permite identificar las etiquetas más utilizadas en un área que se asemeja a una nube. Éste es otro elemento que se añadió para facilitar al usuario la búsqueda de insumos dentro del sitio Web de Afroamiga.
- El widget **Post más vistos** presenta al visitante las entradas más visitadas. Se utilizó con la intención de que la gente sepa cuáles son los contenidos más observados. Esto de algún modo sirve de

guía e invitación para que ellos también accedan a esa información.

- **Tus comentarios** es un widget que publica los comentarios que los usuarios hacen en cualquier sección del espacio digital. Se agregó con la intención de que los visitantes observen que a sus opiniones se les ha asignado un lugar privilegiado y visible en el blog; provocando con ello que otras personas se motiven a opinar y dejar sus aportes.
- **Nuestros Twits:** con este widget se publican automáticamente en el blog los twits más recientes de Afroamiga. Se decidió mostrar los cinco últimos. La idea es mantener a los visitantes bien informados de todo lo que se está planificando, lo que se está haciendo y lo que se hizo para así involucrarlos más con nuestras acciones y tratar de que no se pierdan de nada de lo se ha publicado.
- Se añadió un widget de imagen con un texto que invita a escuchar el programa “En sintonía con África” que transmite La Radio del Sur de lunes a viernes, en el cual se abordan, entre otros temas, asuntos que dan cuenta del legado que los esclavizados africanos dejaron en nuestras tierras

Escucha “En sintonía con
África” de lun. a vier. a la 1:00
p.m. por Radio del Sur o por
www.laradiodelsur.com



- El widget **Enlaces** también fue activado en el espacio digital con la intención de recomendar a nuestros usuarios otros sitios que pueden ser de su interés, específicamente aquellos que abordan algunos temas relacionados con la afrodescendencia. Hasta ahora se han enlazado dos sitios uno: llamado Legado Afro, y otro de nombre Raíz Afro.



- **Tu visita es la número:** es el widget que indica la cantidad de visitas que ha recibido el sitio Web de Afroamiga. Este widget se maneja con las estadísticas que genera el propio sistema de Wordpress, el cual no registra las visitas que hace el administrador del sitio cuando entra a publicar contenidos o a realizar cambios. Esto hace que las estadísticas sean más confiables y que no se aumente el tráfico de manera ficticia.

En el área de widgets del pie del sitio Web se añadieron otros widgets y aplicaciones que se especifican a continuación:

- **Archivo:** en este lugar aparecen cronológicamente los meses de cada año a los que los usuarios pueden acceder para conocer lo que se ha publicado durante ese periodo. El archivo lleva un registro completo de todas las entradas que se han agregado en la página principal del sitio Web.
- Con la inclusión de dos widgets de imagen fueron agregados los logos de dos de los directorios de blogs en los que se encuentra registrado el espacio digital de Afroamiga, estos son:



- Para identificar al Webmaster de la página se agregó un widget de texto:

WEBMASTER
 Espacio digital creado, desarrollado y
 administrado por Janite Fuentes
 Paredes

Otras aplicaciones que se utilizaron para enriquecer el contenido del sitio Web fueron las siguientes:

- **Slideshow:** hasta el momento ha sido usada en la sección multimedia para mostrar de manera dinámica fotos de un evento que tuvo lugar en honor a la “negra” Matea Bolívar. También se ha empleado en algunas entradas del sitio Web.

- Insertar documentos: éste se ha empleado para proporcionar información adicional en algunas entradas publicadas. Además, ha sido ampliamente aprovechado en la sección “Documentos” para insertar libros, revistas, trabajos de investigación, leyes, decretos, entre otros textos relacionados con la afrodescendencia.
- Insertar videos: esta aplicación se ha empleado también para acompañar la información que se publica en la página principal y ofrecer así a nuestros visitantes datos adicionales a los que están leyendo en la entrada. También en la sección multimedia se han publicado videos que contienen bailes y documentales.
- Insertar audio: para la sección **ESCUCHAR MÚSICA** se utilizó esta aplicación, la cual se manejó con los URL que se generaron al subir la música en formato mp3 a la página Web Goear.com, que es un sistema gratuito que permite almacenar, descargar y escuchar música. Allí fueron creadas cada una de las listas de canciones que se han ido publicando en el espacio digital de Afroamiga. Después de haber probado varios sistemas para cargar la música, se seleccionó Goear porque permite al visitante acceder fácil y rápidamente a las colecciones de música y reproducirlas sin mayores contratiempos.
- Divulgar en Facebook y Twitter: con el fin de difundir las entradas que se publican en la página principal del espacio digital, se activó esta aplicación que permite divulgar automática y simultáneamente en las referidas redes sociales.
- Youtube: a la Fundación Afroamiga se le creó cuenta en Youtube a para poder almacenar sus videos en un sistema compatible con Wordpress.

- Hootsuite: Afroamiga también dispone de un usuario en este sistema, el cual fue creado para programar el envío de mensajes a Twitter y a Facebook en momentos en que a la autora de este Trabajo Especial de Grado le sea imposible remitir información. Hootsuite ha sido de gran utilidad, incluso para publicar automáticamente en Facebook desde lugares donde el acceso a esta red social está bloqueado.
















9.- Primeros alcances del espacio digital de Afroamiga

Desde que se realizó la promoción del sitio Web de Afroamiga (el 30 de agosto de 2010) hasta el 31 de enero de 2011, el comportamiento de los usuarios fue como se especifica a continuación:

Han realizado suscripciones, han dejado comentarios tanto en las entradas como en las diferentes secciones del espacio digital, han remitido información para que sea publicada, y aproximadamente 100 personas han votado en la encuesta.

También han publicado 50 comentarios y han compartido entradas y páginas del espacio digital.

Suscripciones por correo electrónico

		Email Address	Suscrito
<input type="checkbox"/>		opf65@hotmail.com Remove Subscriber	hace 4 días, 16 horas
<input type="checkbox"/>		zaramia81@gmail.com Remove Subscriber	hace 5 días, 5 horas
<input type="checkbox"/>		rebeca_rm7@hotmail.com Remove Subscriber	hace 3 semanas, 3 días
<input type="checkbox"/>		legadoafro.sccpe@gmail.com Remove Subscriber	hace 1 mes, 1 semana
<input type="checkbox"/>		jeremias1156@gmail.com Remove Subscriber	hace 1 mes, 4 semanas
<input type="checkbox"/>		bolimartiano@yahoo.com Remove Subscriber	hace 2 meses
<input type="checkbox"/>		reibol@gmail.com Remove Subscriber	hace 2 meses, 2 semanas
<input type="checkbox"/>		elaljibe56@gmail.com Remove Subscriber	hace 2 meses, 3 semanas
<input type="checkbox"/>		interculturalzene@gmail.com Remove Subscriber	hace 2 meses, 3 semanas
<input type="checkbox"/>		belkisccp@yahoo.es Remove Subscriber	hace 3 meses, 2 semanas
<input type="checkbox"/>		jcbarrish@gmail.com Remove Subscriber	hace 3 meses, 2 semanas
<input type="checkbox"/>		danzas_caira@hotmail.com Remove Subscriber	hace 3 meses, 3 semanas
<input type="checkbox"/>		lucehez@hotmail.com Remove Subscriber	hace 3 meses, 4 semanas
<input type="checkbox"/>		xtudiox@gmail.com Remove Subscriber	hace 4 meses, 2 semanas
<input type="checkbox"/>		zinnia.bastardo@gmail.com Remove Subscriber	hace 5 meses

Entradas y paginas compartidas desde el espacio digital

Total Share : 43

Just a note: we don't count shares from smart buttons, just the standard share links.

Top Sharing Services

These services have been used most often to share your posts on your site

Nombre	Shares
Facebook	35
Correo electrónico	6
Reddit	2

Top Posts & Pages

These posts on your site got the most shares

Título	Shares
Comenzó el Año Internacional de los Afrodescendientes	8
Comenzó encuentro de saberes ancestrales	3
2011 será el año de la afrodescendencia	3
Viceministro Reinaldo Bolívar realizó presentación del Centro de Saberes Africanos	2
¿Cómo se celebra la Navidad en África?	2
Elaboran plan subregional para Pueblos Afrodescendientes de Comunidad Andina	2
Estudiantes exaltan nuestra afrodescendencia mediante la cultura	2
Los palenqueros recuerdan las tradiciones africanas en su Festival de Tambores	2
Unefa incluye en su pénsium Cátedra Libre África para fortalecer relación Sur-Sur	2
Escuchar música	2
Afroamiga y Despacho para África presentan proyecto de Centro de Saberes Africanos	1
Afroamiga te obsequia este almanaque	1
Celebración del año de los afrodescendientes en Venezuela contará con amplia programación	1
Afroamiga felicita al Despacho para África por su 6º aniversario	1
Red Afrodescendientes de Venezuela se solidariza con afectados por lluvias	1
Foldore	1
Otros legados	1
Sin África no hay futuro para la humanidad	1
Venezuela y África profundizan lazos de amistad a través de cátedra libre	1
Héroes y heroínas de la afrovenezolanidad	1
Contacto	1
El censo en Venezuela incluirá a Afrodescendientes	1
"Los censos como herramienta para enfrentar las brechas raciales y de género"	1
Notas sobre africanidad americana	1
Proyectos	1

Desde su creación hasta el 31 de enero de 2011, el sitio Web ha recibido un total de 7.385 visitas con un promedio de 1477 visitas mensuales, cifra que se considera elevada tomando en cuenta que la cantidad de personas que busca información relacionada con afrodescendencia es en promedio de 1900 mensuales, según datos registrados por Google AdWords (2011). Esto hace suponer que Afroamiga se ubica entre las páginas Web más visitadas de las que abordan esta temática.

Estadísticas generadas por Wordpress que muestran cantidad de visitas recibidas por el sitio web de Afroamiga



Fuente: Wordpress (estadísticas)

Detalle: cantidad de visitas por mes

Septiembre 302

Octubre: 693

Noviembre: 1.775

Diciembre: 1.059

Enero: 3.556

Aunque no se contempló en los objetivos de este Trabajo Especial de Grado, Afroamiga también tiene sus espacios en las redes sociales Facebook y Twitter, que fueron creados precisamente para promocionar el sitio Web <http://afroamiga.wordpress.com>. La participación en estas redes sociales ha sido muy alta.

Afroamiga en Facebook tiene más de 1000 seguidores, muchos de los cuales han enviado mensajes, han sugerido a sus amigos que sigan a

Afroamiga, y han compartido sus publicaciones, entre otras acciones. En Facebook se han publicado, hasta el 31 de enero, 53 enlaces que han generado más de 20 comentarios y 40 “me gusta”.

Afroamiga sólo tiene 60 seguidores en Twitter. Sin embargo, a través de esta red social los usuarios también han participado con frecuencia enviando mensajes, retuiteando los tweets de la Fundación y recomendando el espacio digital de la Fundación.

Estas redes sociales han sido positivas para el espacio digital de Afroamiga, ya que en ellas se concentra un público segmentado interesado en los temas relacionados con la afrodescendencia que siempre está atento a los contenidos que se publican en <http://afroamiga.wordpress.com>

10.- Estrategias de posicionamiento y resultados obtenidos

La autora de la presente investigación trazó una serie de estrategias para lograr posicionar el sitio Web Afroamiga en los principales buscadores. Entre éstas, algunas recomendadas por Gustavo Gosende (comunicación personal, 11 de enero de 2011):

- Etiquetar todas las entradas que se publican en el espacio digital
- Usar en el sitio Web palabras clave por las que se quiere que los usuarios lleguen a los contenidos
- Lograr que varias páginas coloquen entre sus enlaces el sitio Web de Afroamiga
- También se publicaron contenidos relacionados con temas que la gente estaba buscando

- La posibilidad de que los usuarios dejen comentarios está activa en el espacio digital de Afroamiga. Esto, además de favorecer la participación de las personas, característica principal de la Web 2.0, es importante porque permite generar nuevos contenidos que son indexados por los buscadores
- La publicación constante de contenidos en la páginas principal y en las demás secciones fue otro elemento importante del cual se valió la autora para lograr mayor tráfico en el sitio Web

Estas estrategias sin duda han dado resultados porque el sitio Web de Afroamiga se encuentra posicionado por el tema de Afrodescendencia en los primeros lugares de los principales buscadores, tal y como se puede observar a continuación:

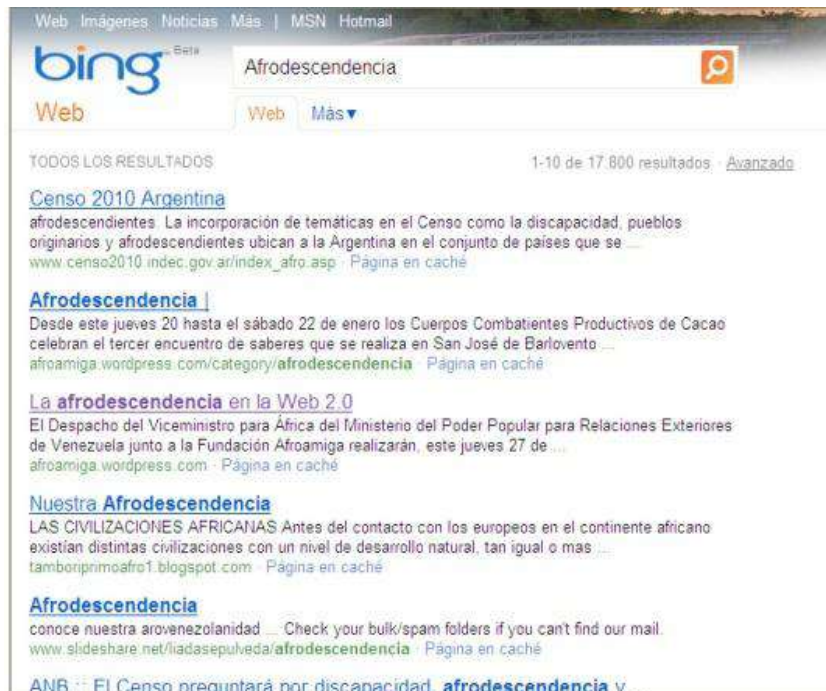
Posicionamiento del espacio digital de Afroamiga en el buscador de google



Posicionamiento del espacio digital de Afroamiga en el buscador de Yahoo



Posicionamiento del espacio digital de Afroamiga en el buscador bing



Luego de haber presentado el desarrollo detallado de los diferentes elementos del espacio digital <http://afroamiga.wordpress.com>, a saber, el aspecto gráfico, la estructura del contenido, los colores, la tipografía, los widgets, las aplicaciones y las herramientas del sitio Web, se mostrarán en el siguiente capítulo las conclusiones a las que llegó la autora del presente Trabajo Especial de Grado durante el cumplimiento de la investigación.

Conclusiones

La idea fundamental de este Trabajo Especial de Grado se centra en la creación de un sitio Web para dotar a la Fundación Afroamiga de una plataforma que le permita entrar en la red de redes, salir del anonimato y potenciarse para ampliar su campo de acción.

Como señala Daniel Cartaya en su condición de Presidente de Afroamiga (comunicación personal, 7 de enero de 2010) “dar a conocer los objetivos que perseguimos y presentar nuestra agenda de trabajo en un espacio propio permitirá que se sumen a nuestras labores las personas que se vean identificadas con lo que hacemos”.

Cartaya expresa que tener una página Web tiene una gran importancia para Afroamiga “como fundación ávida de miembros, colaboradores y benefactores que contribuyan a la implementación de los proyectos que nos proponemos desarrollar en pro de la comunidad afrodescendiente y más concretamente de la comunidad afrovenezolana”.

En este sentido, para la Fundación Afroamiga disponer de un espacio digital que pueda ser administrado de manera sencilla- prescindiendo de los servicios de diseñadores y de programadores-, publicar contenidos, e interactuar con los usuarios viene a ser un avance significativo en lo que a la promoción de su filosofía, objetivos y temas de estudio se refiere.

La comunicación es un elemento primordial para las organizaciones porque influye no sólo en las opiniones sino también en el comportamiento que asume el público frente a un determinado tema.

Por ello, tomando en cuenta que la comunicación ayuda a consolidar la imagen de la organización y, en el caso de las ONG, a

captar donantes, resulta vital contar con un medio que permita divulgar la información y los contenidos que sea necesario difundir.

Es así como Internet se constituye en un aliado por las amplias bondades y oportunidades que ofrece: ayuda a visibilizar el trabajo de las organizaciones, propicia la interacción con personas de diversas partes del mundo, facilita las labores, amplía la comunicación, y permite superar inconvenientes como la carencia de recursos para publicar en los medios de comunicación convencionales.

De las múltiples herramientas que ofrece Internet, en esta investigación trabajamos con un sistema gratuito de publicación de blogs, específicamente con Wordpress, que permite crear un espacio digital 2.0, que cumple con los objetivos que se planteó la Fundación para tener presencia en la Web, sin necesidad de incurrir en grandes gastos económicos.

Las bitácoras o blogs son parte de la Web 2.0, cuya esencia es la interacción, lo que permite no sólo que los usuarios hagan simples comentarios sino también que generen más contenido a través de las opiniones que expresan por escrito.

La Fundación Afroamiga es una organización sin fines de lucro que tiene entre sus funciones atender las necesidades apremiantes de los afrovenezolanos y promover la investigación y difusión de los temas relacionados con la afrodescendencia.

De este modo, el presente tenor detalla que la misión del sitio de Afroamiga es promover la Fundación y brindar contenido especializado y actualizado sobre los diferentes contenidos relacionados con la afrodescendencia y así convertirse en punto de referencia para estudiantes, investigadores y personas interesadas en este tema.

Atendiendo a los resultados de la observación que se realizó a 27 sitios Web de organizaciones, se definieron las páginas (secciones) del espacio digital y se publicaron los contenidos empleando las diferentes herramientas, widgets y aplicaciones del sistema de Wordpress.

Las redes sociales Facebook y Twitter fueron los canales que permitieron no sólo divulgar la existencia del blog de Afroamiga sino también cada uno de los contenidos que se publicaron, esto con el propósito de generar más tráfico hacia la Web de la Fundación.

Se puede decir entonces que el objetivo general de este trabajo, que es promover la presencia de la Fundación Afroamiga en la Web a través de un espacio digital 2.0, se alcanza al desarrollar la propuesta de creación del sitio Web, que incluyó, entre otras cosas, la selección de la plataforma, la definición de los contenidos y el establecimiento de las aplicaciones y herramientas de la Web 2.0 que ofrece <http://afroamiga.wordpress.com>

Este espacio digital ha recibido una buena acogida al tener en cinco meses más de 7.000 visitas, 16 suscripciones por correo electrónico al sitio Web, 50 comentarios de los usuarios, entre otras participaciones, que incluyen aportes de materiales para ser publicados y una actividad dinámica en las redes sociales Facebook y Twitter vinculadas a la Fundación.

Para la autora del presente Trabajo Especial de Grado, esta investigación constituye una fuente de aprendizaje que le ha permitido ampliar sus conocimientos en cuanto a la creación, utilización y administración de espacios digitales 2.0 y que además ha potenciado sus nociones en cuanto al manejo de las redes sociales antes referidas.

Los conocimientos adquiridos, que se recogen en este trabajo escrito, pretenden ser un aporte para quienes decidan cursar estudios en

la especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila o en cualquier otra casa de estudios.

Asimismo, se espera que el producto de este Trabajo Especial de Grado sea un aporte valioso para las personas interesadas en los temas relacionados con la afrodescendencia ya que es muy escasa la información de este tema que se consigue en la Web y en las bibliotecas.

Con el desarrollo de este Trabajo Especial de Grado, además se concluye que el uso de un espacio digital 2.0 permite promover la presencia de cualquier empresa, ONG o institución en la Web.

La presencia de Afroamiga en la Web 2.0 le ha permitido ir saliendo del anonimato y captar voluntarios y donantes, además de colaboradores que remiten contenidos de interés.

Asimismo, se demuestra que más allá de las bondades tecnológicas y de los beneficios que pueda ofrecer el espacio digital a una determinada organización hay que trabajar activamente en la publicación de contenidos y en la difusión de dichas publicaciones a fin de ir generando confianza en los usuarios y de atender sus necesidades informativas en torno al tema que les interesa.

Recomendaciones

Este proyecto, que comenzó con el propósito de promover la presencia de la Fundación Afroamiga en la Web a través de un espacio digital 2.0, es susceptible de ser mejorado continuamente porque el avance de la tecnología y la diversificación de las herramientas y aplicaciones que ofrece Internet no se detienen.

Cada vez son más las aplicaciones y herramientas disponibles en la Web y las mejoras añadidas a las nuevas versiones de muchos de los programas utilizados para trabajar en la Web. Por ello, se recomienda que el sitio Web de Afroamiga sea actualizado constantemente no sólo con la publicación de contenidos sino también con la incorporación de nuevos elementos tecnológicos.

Se sugiere además, que el espacio digital <http://afroamiga.wordpress.com> sea potenciado con la compra de un dominio y un hosting que permita mayor flexibilidad en el diseño y en la programación.

Asimismo, se recomienda que la Fundación cuente con un personal que colabore con la producción de los contenidos multimedia de la página y de ser posible de un webmaster que se haga cargo de la administración del sitio para que se mantenga en el tiempo.

Otra mejora que se le puede añadir a la página de Afroamiga es un foro, en el cual los usuarios entren a participar con el fin de generar opinión sobre diversos temas de interés relacionados con la afrodescendencia.

Se anima a la Universidad Monteávila a dedicar algunas sesiones dentro de una de las cátedras de la especialización en Periodismo Digital

al tema de creación, herramientas, aplicaciones y manejo de blogs debido a que durante la presente investigación se presentaron inconvenientes relacionados con el desarrollo de muchas de las características para la creación de blogs.

También se recomienda dotar a la biblioteca de la Monteávila con materiales bibliográficos actualizados en los temas que tienen relación con la Web 2.0 y sus diversas vertientes temáticas, así como también textos actualizados de comunicación organizacional y Organizaciones No Gubernamentales (ONG). Muchos autores ofrecen sus e-books en Internet, pero otros tantos, de gran valor académico, sólo pueden ser consultados en bibliotecas o adquiriendo sus producciones comercialmente.

Trabajos citados

Acta constitutiva y estatutos de la Fundación Afroamiga. (08 de diciembre de 2006). Acta constitutiva y estatutos de la Fundación Afroamiga. Documento registrado en el Registro Inmobiliario del Primer Circuito del Municipio Libertador del Distrito Capital bajo el N° 44, Tomo 35, Protocolo 1.

Arribas Urrutia, A. (2008). Los blogs en la comunicación empresarial. *Revista de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs)* , 1-5.

Beltrao, C. (s.f.). *La Comunicación y las ONGs*. Recuperado el 21 de mayo de 2010, de Comunidar: <http://comunidar.org.ar/sector2htm>

Bermúdez, J. (s.f.). *El diseño de experiencias arquitectónicas*. Recuperado el 10 de diciembre de 2010, de Cumincades: <http://cumincades.scix.net/data/works/att/45de.content.pdf> de arquitectura

Bolívar Correa, G. (2003). *Las fundaciones en el derecho venezolano*. Caracas: Buchivacoa.

Bolívar, R. J. (08 de mayo de 2009). *¿Negritud, diáspora o afrodescendencia? Discurso pronunciado en la Asamblea Nacional de Venezuela* . Recuperado el 02 de julio de 2010, de YVKE Mundial: <http://www.radiomundial.com.ve/yvke/noticia.php?24187>

Bruguera, E. (2007). *Los blogs*. Barcelona: UOC.

Camacho Jiménez, K. (julio de 2004). Retos para evaluar el impacto de la Internet: el caso de las organizaciones de la sociedad civil centroamericana. *Anales de la documentación* N° 7 , 39-54.

Canal Solidario. (25 de 06 de 2009). *Comunicación 2.0= Esencia ONG ¿Tu organización no se ha puesto las pilas?* Recuperado el 16 de mayo de 2010, de Canal Solidario: <http://www.canalsolidario.org/noticia/comunicacion-2-0-esencia-ong-tu-organizacion-no-se-ha-puesto-las-pilas/1130>

Canal Solidario. (11 de abril de 2006). *Diez formas de usar blogs desde las ONG.* Recuperado el 10 de mayo de 2010, de Canal Solidario : <http://www.canalsolidario.org/noticias/7597>

Castro, B. (2007). *El auge de la comunicación corporativa.* Sevilla: Creative Commons.

Dans, E. Blogs y empresas: de la oscuridad a la luz pasando por las tinieblas. En Fundación France Telecom de España, & J. M. Cerezo (Ed.), *La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital.* Oman Impresiones.

DcorporateCom. (2008). Web 2.0 y la comunicación corporativa. En Asociación Nacional de Empresas de Internet, & J. Mouriz (Ed.), *Web 2.0 y Empresas. Manual de aplicación en entornos corporativos* (págs. 260-282). Madrid: Asociación Nacional de Empresas de Internet (ANEI).

de Ugarte, D. (2008). *El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo.* Barcelona: El Cobre.

Driel, V. (2005). *Digitale communicatie*. Amsterdam: BoomOnderwijs.
Fernández Collado, C. (1999). *La Comunicación en las Organizaciones*. México D.F., México: Trillas.

García, J. (18 de diciembre de 2006). *¿Qué significa ser afrodescendiente en el proceso bolivariano?* Recuperado el 28 de junio de 2010, de Encontrarte: <http://encontrarte.aporrea.org/creadores/afro/54/a12922.htm>

Good, R. (24 de septiembre de 2009). *Diseño de Información: Cómo debe ser el Information Design de un blog principiante*. Recuperado el 30 de enero de 2010, de Masternewmedia: http://www.masternewmedia.org/es/2009/09/24/disenio_de_informacion_como_debe_ser_el.htm

Google AdWords. (2011). *Goglee AdWords*. Recuperado el 20 de enero de 2011, de https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer?__u=1000000000&__c=1000000000&ideaRequestType=KEYWORD_IDEAS#search.none

Gosende, J. (s.f.). *Qué es la Web 2.0*. Recuperado el 04 de febrero de 2010, de Microsoft: http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/internet/web_2.msp

Hall, R. H. (1996). *ORGANIZACIONES Estructuras, Procesos y Resultados*. Naucalpan de Juárez, México: Prentice Hall Inc.

Hendrikx, W. (2006). *Schrijven voor het beeldscherm*. Amsterdam, Holanda: Sdu.

Herranz, F. T. (s.f.). *Espacio Digital*. Recuperado el 2010 de diciembre de 10, de Imaginas: http://www.imaginas.net/galeria/espacio_digital.htm

Innovación Social. (2009). *¿Qué es la ONG 2.0?* Recuperado el 16 de mayo de 2010, de Innovación Social: <http://www.innovasocial.com/2008/09/%C2%BFque-es-la-ong-20/>

Instituto Interamericano de los Derechos Humanos. (2003). Encuentro Estratégico de Organizaciones-Redes por la Incidencia. Acción afirmativa en el contexto afrodescendiente. Los casos de Brasil, Colombia y Perú., (págs. 5-6). Costa Rica.

Islas, O. (junio, julio de 2003). *El desarrollo tecnológico como detonador de algunas de las crisis epistemológicas que enfrentan las ciencias de la comunicación*. Recuperado el 02 de 05 de 2010, de Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/oislas/.html>

Lucas Marín, A. (1997). *La Comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona, España: S.A. Editorial Bosch.

Magnoliart Scm. (2008). Web 2.0 blogs y empresas. En Asociación Nacional de Empresas de Internet, & J. Mouriz (Ed.), *Web 2.0 y Empresa. Manual de aplicación en entornos corporativos* (págs. 228-259). Madrid: Asociación Nacional de Empresas de Internet (ANEI).

Márquez, E. (04 de mayo de 2010). *Causas 2.0: Las ONG en las redes sociales*. Recuperado el 16 de mayo de 2010, de Emilio Márquez: <http://emiliomarquez.com/2010/05/04/causas-2-0-las-ong-en-las-redes-sociales/>

Martín Nieto, R. (julio, diciembre de 2007). Comunicación web de las ongd. *Signo y Pensamiento* , 130-136.

Navarro Zamora, L. (2009). El impacto de las tecnologías de la información y comunicación en las organizaciones. En J. A. Meyer Rodríguez (Ed.), *Comunicación estratégica: Nuevos horizontes de estudio* (págs. 166-180). México: Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla y Fundación Manuel Buendía.

Ochoa Hidalgo, J. (2009). La comunicación en las ONGD. En M. Gómez, & L. Cámara, *La gestión de la cooperación al desarrollo. Instrumentos, técnicas y herramientas* (págs. 208-213). Madrid, España: Cideal.

Perú21.PE. (20 de julio de 2010). *Facebook alcanza 500 mllns. de usuarios*. Recuperado el 10 de octubre de 2010, de Perú21.PE: <http://peru21.pe/noticia/611119/facebook-cerca-500-millones-usuarios>

Real Academia Española. (2001). *Real Academia Española*. Recuperado el 02 de 07 de 2010, de Diccionario de la lengua española. Vigésima segunda edición: http://buscon.rae.es/draeI/SrvlConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=negritud

Roca, G. Contexto económico-empresarial. En A. Fumero, G. Roca, F. Sáez Vacas, & J. M. Cerezo (Ed.), *Web 2.0*. España: Oman Impresores.

Rojas, O. I., Alonso, J., Antúnez, J. L., Orihuela, J. L., & Valera, J. (2006). *Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*. Madrid: ESIC.

Santambrogio, C. (09 de junio de 2010). *9 millones de personas usan Internet en el país*. Recuperado el 01 de septiembre de 2010, de Computerworld Venezuela:
http://www.cwv.com.ve/index.php?option=com_content&task=view&id=436&Itemid=1

Sector 3.0. (01 de mayo de 2008). *4 consejos para la página Facebook de tu ONG*. Recuperado el 27 de agosto de 2010, de Sector 3.0:
<http://www.sector30.es/consejos-pagina-facebook-ong-ongs/>

The Community Manager. (15 de abril de 2010). *Facebook vs Twitter*. Recuperado el 10 de octubre de 2010, de The Community Manager:
<http://thecommunitymanager.es/2010/04/facebook-vs-twitter-datos-uso/>

Ulove-tech. (20 de abril de 2008). *Exprimirla al máximo*. Recuperado el 27 de agosto de 2010, de Ulove-tech: <http://www.ulove-tech.com/vida-twitter-beneficios-y-herramientas-para-exprimirla-al-maximo/>

Valarino, E., Yáber, G., & Cemborain, M. S. (2010). *Metodología de la Investigación Paso a Paso*. México: Trillas.

Verástegui Ollé, V. (30 de noviembre de 2006). *Recuperando los ancestros africanos: ¿orgullo, utopía o estrategia de lucha?* Recuperado el 04 de noviembre de 2010, de Eco Portal.Net:
[http://www.ecoportal.net/content/view/full/65202,](http://www.ecoportal.net/content/view/full/65202)

Vidal, I. (2006). *Principales elementos de un blog*. Recuperado el 03 de febrero de 2010, de Blog Educativo:
<http://blogeducativo.blogia.com/2006/041006-principales-elementos-de-un-blog.php>

Wordpress Español. (s.f.). *Wordpress Español*. Recuperado el 08 de enero de 2010, de ¡Bienvid@ a Wordpresss España!: <http://es.wordpress.org>

Wordpress org. (s.f.). *Codex*. Recuperado el 10 de enero de 2010, de Wordpress org: <http://codex.wordpress.org/es:WordPress>

Anexos

Anexo A

Facebook vs Twitter

abr, 15 2010 | [Estadísticas](#) | Jero | 3 comentarios

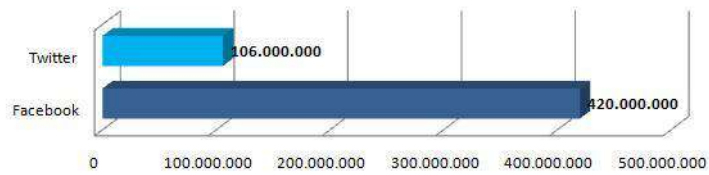


Twitter por fin ha dado a conocer algunas **estadísticas oficiales** sobre el uso de su plataforma en el transcurso de **Chirp**, su conferencia para desarrolladores. Los datos que de momento se han hecho públicos son:

- Hay unos **106 millones de usuarios registrados**.
- Cada día se registran **300.000 nuevos usuarios**, lo que de mantenerse el ritmo significaría que en un año duplicaría su número de usuarios (seguramente serán muchos más).
- Más de **180 millones de visitas únicas al mes**.
- Más de **600 millones de búsquedas al día**.
- **55 millones de tweets son enviados cada día**, en su gran mayoría públicos.
- **37% de los usuarios Twitter actualizan desde un teléfono móvil**, es decir unos 39 millones.
- El 60% de los usuarios son de fuera de Estados Unidos.
- El **75% del tráfico proviene de aplicaciones de terceros**, lo que genera 3 mil millones de peticiones al API de Twitter al día

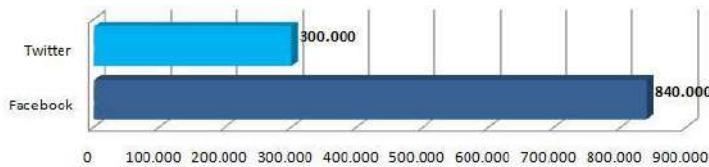
La verdad es que esos datos son impresionantes por si solos, veamos qué pasa si los comparamos con los de Facebook (salvando las diferencias entre las dos redes sociales):

- **Usuarios registrados: 106 Vs 420 millones de usuarios registrados en Facebook**. Los 100 millones de usuarios Facebook los alcanzo en Agosto de 2008 y alcanzar los 150 millones le llevo 6 meses, a Twitter al ritmo de 300.000 nuevos usuarios al día tardará un tiempo similar en llegar a ese número de usuarios.



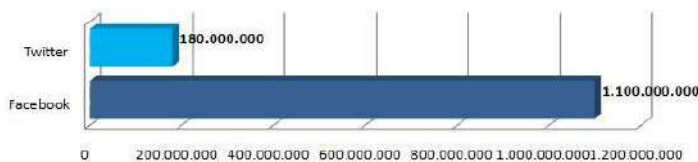
Usuarios Registrados

- **Nuevos usuarios día:** En base al crecimiento de usuarios registrados, podemos estimar que actualmente Facebook debe rondar los 840.000 nuevos usuarios al día Vs los 300.000 de Twitter.



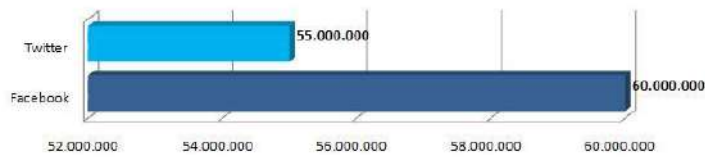
Nuevos usuarios al día

- **Visitas únicas:** Según Google deben ser unos 1.100 millones de visitas únicas **al mes**, **hay fuentes** que hablan de **200 millones de usuarios únicos al día** Vs los 180 millones de visitas únicas **al mes** de Twitter.



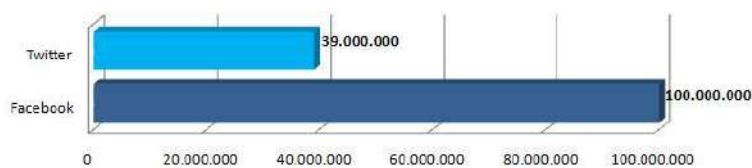
Visitantes únicos al día

- **Volumen de Búsquedas:** No hay datos sobre el volumen de búsquedas en Facebook.
- **Actualizaciones:** Se producen 60 millones de actualizaciones del status al día, si bien este dato no es comparable con el nº de tweets (55 millones/día), si nos permite suponer que los usuarios de Twitter son mucho más activos a la hora de compartir contenidos.



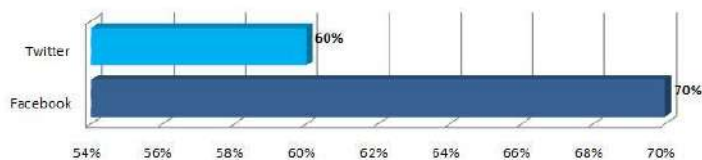
Actualizaciones del status Vs tweets al día

- **Uso desde el móvil:** Hay unos 100 millones de usuarios de Facebook desde el móvil (Vs 39 millones de Twitter), lo que supone un poco menos del 25% del total de usuarios (37% Twitter)



Uso desde el móvil

- **Fuera de USA:** En Facebook más del 70% de los usuarios no son de Estados Unidos en Twitter ese porcentaje todavía está en el 60%



Uso desde fuera de EEUU

- **API:** De nuevo no hay datos comparables, pero seguramente en Facebook el tráfico proveniente de terceros sea bastante inferior al de Twitter.

En resumen, estos datos aportan algo de luz en cuanto al nº de usuarios reales y uso de la plataforma y en algunos aspectos sorprende ver cómo lleva un desarrollo paralelo al de Facebook, si bien parece que aun no son “tan grandes como Facebook”.

Fuente: <http://thecommunitymanager.es/2010/04/facebook-vs-twitter-datos-uso/>

Anexo B

The screenshot shows the Alexa website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Alexa' logo and links for 'Home', 'Site Tools', 'Top Sites', 'Site Info', 'What's Hot', and 'Toolbar'. Below this is a search bar with 'Alcarniga' entered. The main content area is titled 'Top Sites' and lists the top 500 websites. The list includes: 1. Google, 2. Facebook, 3. YouTube - Broadcast yourself, 4. Yahoo!, 5. Windows Live, 6. Baidu.com, 7. Blogger.com, 8. Wikipedia, 9. QQ.COM, 10. Twitter, 11. MSN, 12. Yahoo! 台湾, 13. Amazon.com, 14. ---, 15. Google India, 16. ---, 17. Google, 18. Google, 19. WordPress.com, 20. eBay.

Each entry in the list includes a star rating, a 'Search Analytics' link, and an 'Audience' link. A red box highlights the entry for 'Blogger.com' with the text: 'lic a, para, en, hasta, por, hacia, según, contra, Wikipedia'.

On the right side of the page, there are several promotional banners for services like 'Free Download', 'Show your site on Google', 'New Free Bookmarking Site', 'Search Optimization', 'Auto Publish Your Blog', 'Red de Contenido', 'Complete Link Building', 'HD Camera Rentals', and 'Addlink Traffic Profiles'.

At the bottom of the page, there is a large promotional banner for '1,000 Backlinks For \$9.99' with a 'Money Back Promise' and 'RISK FREE SERVICE'.

Anexo C

Entrevista a Sonia Blanco y Nick Guzmán

Realizada en la Universidad Monteávila de Caracas el 16 de junio de
2010

1.- ¿Cómo considera usted que puede contribuir al impulso y promoción de una ONG el uso de las diferentes herramientas de la Web 2.0 y específicamente cómo contribuye el uso de un blog?

Nick: Contribuye en el aspecto de la promoción: que te conozcan, de tener una presencia virtual en la Web, de saber qué es lo que haces, pero más allá de eso es más importante la posibilidad de si puedes, de alguna manera, construir una comunidad alrededor de ese espacio virtual para que no solamente lea lo que estás haciendo o quién eres sino que también participe activamente.

Tal vez ese sería el punto más importante: lograr congregarse una comunidad de gente que tiene interés en lo que estás haciendo, que no solamente sea la gente que va a donar dinero o que pueda verlo desde afuera, sino de la gente misma que es beneficiada por lo que estás haciendo. Los mejores voceros y abogados de lo que estás haciendo es la gente que se ve beneficiada. En ese sentido no sólo crear el espacio virtual para presentarte y mostrar lo que tú haces sino también una red de gente que pueda compartir sus experiencias y de qué manera ha recibido el beneficio de la Fundación y que pueda promocionar a la Fundación desde el beneficio que han obtenido con ella.

2.- ¿Qué secciones debería tener el blog o sitio Web de una ONG?

Nick: Hay que estudiar qué es lo que exactamente se quiere conseguir de ese blog, es diferente si lo que quieres es promocionarte y poner toda la información que tienes contigo o si quieres incluir a una comunidad que quiera participar.

Si ese es tu punto, conseguir que la comunidad participe, que tengas interacción, necesitas mucho más que las cosas usuales.

Sonia: Es interesante ver lo que están haciendo otras ONG en ese campo porque siempre nos van a dar idea de qué es lo que puede ser útil, pero en definitiva me parece muy apropiada la estrategia de qué es lo que quiero hacer, qué es lo que quiero conseguir, a dónde quiero llegar y a partir de allí definir qué es lo que necesito para eso. Entonces dependerá completamente de la casuística de la ONG en concreto.

Lo que necesitas son herramientas de participación, a mí se me ocurre que sería buena, algo que no es muy ritual, pero lo han usado en algunos blogs, la idea de agregar un foro, donde puedas incluir esa comunidad donde la gente pueda ofrecerte cosas, moderada por algunos miembros de la ONG.

Las necesidades que vayas a poder tener seguro que ya las ha tenido alguien antes, así que puedes echarle un vistazo a lo que ya hay

Nick: Depende también de qué plataforma vas a usar.

3.- ¿En la actualidad, cuál es la tendencia de las ONG? ¿Están más en páginas Web o en blogs?

Nick: Las ONG se benefician mucho de utilizar sistemas de código abierto porque te ahorras efectivamente el gasto de miles de pesos, dólares, lo que sea en construir miles de páginas propietarias que son mucho más complicadas de manejar y que no te dan las mismas

posibilidades. Y qué es lo que se está utilizando depende de qué es lo que quieras conseguir. Muchas ONG están utilizando ahora sistemas de gestión de contenidos y durante mucho tiempo se utilizaron sistemas de gestión de contenido como Joomla, Drupal, que son más complicados.

En los últimos tiempos yo soy un poco partidario de Wordpress que ha dado un salto muy grande de ser simplemente un blog y lo puedes tener como simplemente un blog sino quieres nada más, pero te da también la posibilidad de hacerlo, de convertirlo en un gestor de contenidos y, es más, tienes extensiones que te permiten hacer una comunidad virtual, hacer foros.

Wordpress es flexible, mucho más funcional. Se está viendo más no sólo en ONG sino también en corporaciones, empresas y medios. Todos están utilizando Wordpress ya sea con fines de emplearlo como medio o como gestor de contenido, como una comunidad o integrando todo eso más allá de un blog simple.

4.- ¿El uso de un blog podría restar seriedad y credibilidad a la ONG por ser gratuito?

Nick: No debería y no tendría. El mayor problema que tiene Wordpress es que comenzó siendo un blog y todo el mundo tiene en mente esa pantallita azul inicial que realmente no tiene ningún grado de sofisticación, se han quedado con esa idea de que cuatro o cinco años después Wordpress sigue siendo un blog. El potencial que tiene va más allá de ser simplemente un blog, es un gestor de contenidos mucho más complejo y funcional.

Yo creo que el término de blog hay que empezar a olvidarlo, Wordpress no es una aplicación para hacer blogs exclusivamente. Sus inicios fueron una aplicación para hacer blog, pero la comunidad que lo rodea y que la apoya es tan grande y tiene tanta imaginación que ahora

han desarrollado con código abierto elementos que te permiten hacer miles de cosas.

Sonia: Yo añadiría que hay una cierta confusión de lo que es la herramienta y lo que significa. ¿La ONG puede perder porque hagas un facsímil en papel reciclado o en otro papel? Si el contenido es bueno la gente lo va a creer, y la mayoría de la gente que entre a visitar la fundación no le va a preocupar eso, lo que está es buscando una determinada información y un formato amigable en el que ellos puedan interactuar. Y eso si es fundamental. Que sea un blog, que sea cualquier otro tipo de gestor es absolutamente irrelevante, eso no debería de preocupar.

No es un problema de herramienta, evidentemente que al ser un sitio gratuito las posibilidades que te dará serán bastante menores de las que puede ofrecer si tienes un dominio propio.

5.- ¿Cuál cuenta de blog o manejador de contenido CMS recomendaría para una ONG? ¿Por qué?

Nick: Una cosa que es muy importante es que muchas veces la gente que maneja esos gestores de contenido no es gente con muchos conocimientos de tecnología, entonces tienes que darle una plataforma de administración que sea lo más amigable posible, lo más fácil de usar. Si bien Joomla y Drupal son excelentes gestores de contenidos son más complicados de armar y son menos amigables en términos de administración.

Es una de las razones por la que en los últimos años me he ido más por Wordpress porque me he dado cuenta de que la gente que lo quiere usar, quiere también una plataforma fácil de usar. La gente no quiere preocuparse de la tecnología, quiere tener algo que le permita producir los contenidos, y los elementos que van a acoplarse a ese

contenido sin tener que preocuparse por mucho de extensiones, hiperlinks, tecnología. Wordpress ha hecho y continúa haciendo un trabajo excelente en tratar de facilitar eso.

6.- En general, ¿qué recomendaciones daría a la hora de crear un espacio digital para una ONG?

Sonia: Hay que ofrecer buenos contenidos, contenidos claros, de intentar controlar un poco cómo está recibiendo la gente esos contenidos, qué les está gustando y de fomentar la participación de la gente.

Nick: En términos generales conocer la audiencia, cómo van a usarlo, cuál es el papel de ellos y ver qué es lo que tú quieres conseguir de ellos. Los dos puntos de vista: lo que tú quieres y lo que tu audiencia va a querer.

Sonia: Tener en cuenta que una página es una herramienta viva que en un momento se pueden decidir unas determinadas secciones y más adelante cambiarlas, eliminar unas, potenciar otras y que esté continuamente en revisión, lo que decimos nosotros estado Beta.

7.- ¿Qué características debería tener la noticia que se publique en un sitio digital de una ONG?

Sonia: En cualquier comunicación en red debe primar la concisión, la claridad, un lenguaje más coloquial y no hablar desde un aspecto corporativo, no hablar como entidad, hablar de tú a tú, de persona a persona porque eso es lo que está buscando el usuario.

8.- ¿Qué característica debería tener el sitio para que sea entendido como un espacio informativo y promocional de la Fundación?

Sonia: Es como un escaparate donde se tienen todas las herramientas para el que viene a visitarte. Integrar el Facebook el Twitter, y la página.

Nick: Que todo esté integrado. Porque ese es uno de los problemas de las compañías que tienen un Facebook por allá, un Twitter por aquí etc. que no se integran de ninguna manera. Lo que hay es que integrar todo y que esa presencia sea una sola.

Nick Guzmán: profesor, experto en Informática, Comunicación Social y Nuevos Medios, de la Universidad George Washington y Red Bloguera, de Washington D.C. Estados Unidos.

Sonia Blanco: Doctora en Comunicación Audiovisual y Licenciada en Periodismo por la Universidad de Málaga. Profesora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

Anexo D

Tabla de observación de páginas Web de organizaciones

Nombre de la ONG Y URL	Secciones
<p>Red de mujeres Afrolatinoamericanas, Afrocaribeñas y de la Diáspora</p> <p>Nicaragua</p> <p>http://www.mujeresafro.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Sobre nosotras: ¿Quiénes somos? ¿En qué creemos? Áreas de trabajo Objetivos Historia Coordinadoras subregionales • Noticias • Multimedia: Fotografías Videos • Publicaciones • Agenda • Enlace • Contáctenos
<p>Red de Afrodescendientes de Venezuela (RAV)</p> <p>Venezuela</p> <p>http://redafrodescendientesdevenezuela.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Quieres ser miembro de la RAV? • Eventos • Boletín Batalla Mundo • Agenda internacional • Documentos e historia • Reflexiones y artículos
<p>Federación de Organizaciones Afrodescendientes de Córdoba (FOADECOR)</p> <p>Colombia</p> <p>http://foadecor.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Contacto • Imágenes • Institucional: Quiénes Somos Misión Visión Objetivo Líneas básicas Estructura organizacional Radio de Acción Fuentes de financiación Organizaciones Afiliadas • Proyectos: Proyecto etnoeducación en Córdoba Proyectos bandera
<p>Raíz Afro</p> <p>Argentina</p> <p>http://www.raizafro.com.ar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Biblioteca • Multimedia • Agenda • Direcciones • Cómo publicar

<p>Cimarrones Comunicación interétnica global</p> <p>Perú</p> <p>http://www.cimarrones-peru.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cimarrones: Quiénes somos DINEBI • Foro Afroperuano: Qué es el foro Organizaciones Mapa geoétnico Declaración de Pachacámac • Afrodecreto • Afroactividades • CC Afroperuano • San Luis del Cañete • El Carmen-Chincha • Afrovideo • Afrolibros • Afro Ins-Afines • Afropoesía • Afrosalud • Afroinstrumentos • Afroartículos • Afroenlaces • Otros artículos
<p>Fundación de Desarrollo Social y Cultural Afroecuatoriana</p> <p>Ecuador</p> <p>http://www.azucarafroe.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Quiénes somos • Manos de Ebanó • Rincón cultural • Afrodescendientes: Red de mujeres Afros Afros en la Diáspora Afros destacados • Noticias y eventos • Escuela de ritmos: Ritmos Tradicionales Ritmos Tropicales
<p>Legado Afro</p> <p>Herramienta comunicacional de las Oficinas Regionales de Análisis para Políticas de Equidad Racial (ORAPER)</p> <p>http://legadoafro.bligoo.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Portada • Sobre nosotros • Video • Difunde • Contacto
<p>LUNDU</p> <p>Centro de Estudios y Promoción Afroperuanos</p> <p>Perú</p> <p>http://www.lundu.org.pe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lundu: Misión Visión Nuestros valores Nuestra historia Reconocimientos por nuestra labor • Quiénes somos: Organigrama Directorio Personal de LUNDU

	<ul style="list-style-type: none"> • Qué hacemos: Líneas de acción Proyectos • Por qué lo hacemos: Por los afrodescendientes Por las mujeres Por los jóvenes Por los niños • Noticias: Boletines Eventos Recortes de prensa Notas de prensa institucionales • Galería: Videos Fotos • Enlaces • Campañas • Publicaciones • Reconstrucción del Sur • Observatorio afroperuano • Videos Lundo • Audioteca Lundo
Fundación Afroamérica y de la Diáspora Africana http://www.fundacionafroamerica.com.ve	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Publicaciones • Africamérica • Discografía • Contáctenos
Etnia negra de Panamá Panamá http://diadelaetnia.homestead.com	<ul style="list-style-type: none"> • Cápsulas históricas • Página de la coordinadora • Información general • Puntos de vista • Esquema de mestizaje • Fundamentalismo africano • Reseña histórica • Breves datos literarios • Bibliografía • Constitución, leyes y decretos • Foro afropanameño • Política y plan para la inclusión de la etnia negra panameña • Enlaces
Red Afroperuana Red Nacional de la Diáspora Africana en el Perú Perú http://www.redafroperuana.org	<ul style="list-style-type: none"> • Quiénes somos • Junta directiva • Estructura • Organizaciones miembros • Mapa organizacional • Sedes RedAfroperuanas • Contáctenos • Red Nacional de Jóvenes Afroperuanos • Regiones de la Red: Región Piura

	<p>Región Lambayeque Región Acash Región Lima Región Callao Región Ica Región Arequipa Región Tacna</p> <ul style="list-style-type: none"> • Noticias/Eventos
<p>Población afrodescendiente de América Latina</p> <p>Panamá</p> <p>http://www.afrodescendientes-undp.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quiénes somos • Banco de experiencias • Publicaciones • Foros virtuales y presenciales • Agenda • Donantes y patrocinadores • Multimedia
<p>Afroamérica XXI</p> <p>Estados Unidos</p> <p>http://www.afroamerica21.org/spanish</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Blog • Visión • Misión • Contacto
<p>Asociación Civil Senos Ayuda</p> <p>Venezuela</p> <p>http://www.senosayuda.org.ve</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Senosayuda: <ul style="list-style-type: none"> Reseña histórica Misión, Visión y Valores Objetivos Por qué invertir en senos ayuda Organización • Programas: <ul style="list-style-type: none"> SenosEntretiene SenosFortalece; SenosEduca SenosForma SenosMima SenosDifunde • Servicios: <ul style="list-style-type: none"> Orientación y apoyo emocional Banco de pelucas, sostenes y prótesis • Voluntariado • Actividades SenosAyuda • ¿Quieres hacer alguna consulta? • Senoshop • Agradecimiento • ¡Colabora! • Cáncer de mamá • Lo que usted necesita saber • El ABC del cáncer de mama • Derechos del paciente oncológico • Autoexamen • Tratamientos • Preguntas frecuentes • Testimonios • Foros

	<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones aliadas • Noticias • Boletín informativo
Fundación UMA Venezuela http://www.fundacionuma.org	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • UMA: Quiénes somos Misión Historia Directorio Galería de fotos Videos • Cómo apoyarnos • Dónde estamos: Estado Miranda Estado Aragua Estado Mérida Valencia UMA USA Caracas • Ángel Guardián • Noti UMA • Eventos • Búsqueda avanzada • Contáctenos
Fundación Luz y Vida Venezuela http://www.luzyvida.org	<ul style="list-style-type: none"> • Quiénes somos • Programas • Noticias • Contáctenos • Enlaces de interés • Documentos • Cómo ayudar • Patrocinantes • Voluntariado • Convenios e intercambios • Donativos
Fundación Venezuela sin Límites Venezuela http://www.venezuelasinlimites.org	<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones de Desarrollo Social • Empresas • Cooperantes • Voluntarios • Enlaces de interés • Portafolio de proyectos • Capacitación en línea • Noticias • Quiénes somos: Breve reseña histórica Misión, Visión y Valores Objetivos específicos Junta Directiva Asesores Equipo ejecutivo y de operaciones Actores con los que nos vinculamos • Programas: Banco de proyectos

	<p>Comunicaciones Alianza para la responsabilidad social Canalización de bienes Campaña DAR Educando con tecnología Voluntarios Padrinos sin límites Prevención sin límites Unidos en red Cooperantes Registro de ayuda Formulario solicitud de computadoras</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concurso emprendedor: Concurso emprendedor del año Colaboradores y voceros Comité preseleccionador Patrocinantes Postulados • Galerías: Galería de imágenes Galería de videos • Directorio ODS • Directorio empresas • Directorio cooperante • Enviar a un amigo • Contáctanos
<p>Fundailusión (BLOG)</p> <p>Venezuela</p> <p>http://www.fundailusion.org.ve</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quiénes somos • Ilusiones cumplidas • Actividades • Rincones de la esperanza • Cómo ayudar • Planilla de ilusiones • Contáctanos
<p>Asociación Civil Haskalá</p> <p>Sitio venezolano alojado en México</p> <p>http://www.a-c-h.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Boletín • Visión • Misión • Contacto • Noticias • Imágenes • Artículos de prensa • Tú puedes formar parte • Aspectos sociales • Compromiso social • Junta directiva
<p>Fundación Venezolana para la Prevención Integral y Maltrato Infantil</p> <p>Venezuela</p> <p>http://www.fupreinmi.blogspot.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Misión • Visión • Servicios • Beneficiarios/perfil • ¿Necesitas ayuda? • Contactos • Galería • Enlaces

<p>Asociación Civil Humanity</p> <p>http://www.humanity.org.ve</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Noticias • Proyectos • Galería • Nosotros • Contáctanos
<p>Apie Asociación de Promoción Iniciativas Ecológicas</p> <p>Venezuela</p> <p>http://www.ecologicosapie.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación ONG • Proyectos ecológicos • Promoción energía solar • Tratamiento del agua • Donaciones • CO2 • Contáctenos
<p>Fundana Fundación Amigos del Niño que Amerita Protección</p> <p>Venezuela</p> <p>http://www.fundana.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Home • Quiénes somos • Organización • Contáctanos • Donaciones • Programas • Galerías • Noticias y eventos
<p>Fundación Casa Uruguay USA</p> <p>Estados Unidos</p> <p>http://www.hogarcasauruguay.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acerca de FCU • Directiva • Contáctanos • Portada • Nuestras obras • Foros • Galerías • Usuarios • Eventos • Noticias • Enlaces • Documentos • Registrarse
<p>Fundación Alda</p> <p>Paraguay</p> <p>http://www.fundacionalda.org.py</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quiénes somos • Publicaciones: Noti Alda Convenios Memorias Investigación Social • Cursos • Agenda • Noticias • Apóyanos: Como voluntario Desde tu sitio Web Patners del mundo • Dónde estamos • Galería de imágenes • Enlaces de interés
<p>Fundación Regazo</p> <p>Chile</p> <p>http://www.regazo.cl/wp-2009</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Nosotros: Misión/Visión Directorio Nuestra fundadora

	<p>Compañía Hijas de la Caridad San Vicente de Paúl Santa Luisa de Marillac Colaboradores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuestras obras: Bienestar Reinserción • Centros • Cómo colaborar: Hazte socio: Donaciones Empresas Voluntariado • Contacto • Noticias y eventos • Alianzas
<p>Fundación Vamos México</p> <p>México http://www.vamosmexico.org.mx</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inicio • Nosotros : Quiénes somos Visión Modelo de atención Transparencia • Programas: V de Voluntarios Discapacidad Fortalecimiento a OSC Pan de vida Atn. Ciudadana Mano a mano Sumas que multiplican • ¿Buscas ayuda?: Directorio OSC´s Páginas de interes • Eventos: Calendario Más información Inscríbete • Súmate: Aportaciones en especie Aportaciones en efectivo Información al donante • Multimedia: Videogalería Galería de fotos Descargas • Publicaciones • Contacto: Escríbenos Directorio Ubicación matriz • Noticias