

**Año  
2004**

Elaborado por  
Kemly Camacho

Cooperativa  
Sulá Batsú

# **[MANUAL PARA EL USO ESTRATÉGICO DE INTERNET EN ORGANIZACIONES SOCIALES]**

A partir de:- Documentos y presentaciones sobre usos estratégicos de la Internet hechos por la autora- Documentos resultantes de las investigaciones sobre "El impacto social de la Internet"- Otros documentos consultados en Internet

# C O N T E N I D O

---

	Página
<b>CUADERNO 1:</b> ¿ QUE ES LA INTERNET ?	<b>3</b>
<b>CUADERNO 2:</b> ¿ EN QUE DEBE PENSAR MI ORGANIZACIÓN PARA ADOPTAR LA INTERNET ?	<b>15</b>
<b>CUADERNO 3:</b> COMO SACARLE EL JUGO A LA RED	<b>34</b>

## ¿QUÉ ES LA INTERNET?

Abordaremos este capítulo con una presentación diferente de la Internet. Más que hablar de tipos de máquinas, velocidades de transmisión y otros temas complicados de la computación y telemática, nos abocaremos a describir este nuevo espacio de interacción, como aquel espacio que está permitiendo a las organizaciones de la sociedad civil desarrollar nuevas formas de comunicación, proyección y contacto.

Por eso consideramos importante explicar entre otros apartados el impacto que esta herramienta ha producido en nuestras organizaciones, las ventajas y desventajas de su incorporación y el funcionamiento técnico y preparación de nuestro personal.

---

# ¿QUÉ ES LA INTERNET?

La mayoría de los manuales y libros inician diciendo que la Internet es “la red de redes de computadoras...”. Sin embargo, en esta propuesta se desea abordar a la Internet desde otra definición que visibilice también la función social que cumple en las organizaciones de la sociedad civil al abordar el proceso de apropiación de esta herramienta, no solo desde un punto de vista técnico, como se hace en la mayoría de los casos, sino también desde un punto de vista social.

En esta propuesta se partirá de la definición de **que la Internet es un nuevo espacio de interacción que hemos desarrollado los hombres y las mujeres del planeta para tratar de mejorar las condiciones en las cuales vivimos**. Este nuevo espacio de interacción está mediado por las computadoras y esto le da ciertas particularidades, que veremos más adelante. Sin embargo, lo más importante es considerar que la participación en forma individual y colectiva dentro de la Internet, implica siempre una interacción social entre personas y grupos.

**Entonces, la definición que creemos que se acerca mejor a esta idea es que:**

**La Internet es la red de redes humanas que se basa en una plataforma de conexiones electrónicas mediadas por computadoras.**

Así vemos más allá de la máquina que está conectada. Vemos a la persona o personas que están sentadas al frente de esas computadoras, estableciendo interacciones.

Ahora bien, si partimos de esta definición entendemos mejor que, las organizaciones, no deberemos solamente manejar y aprovechar los aspectos técnicos de esta herramienta, sino también aprender a aprovechar las ventajas de estas nuevas formas de interacción social y superar las dificultades a las que este mismo medio nos enfrenta.

## **a) Los tres retos que enfrentamos al adoptar la Internet**

A medida que vamos incorporando la Internet dentro de nuestro trabajo organizacional. Vamos enfrentando tres retos:

- 1** El acceso a la Internet: Este es el más evidente de los retos, consiste en adquirir todo el equipamiento y el conocimiento necesario para empezar a utilizar técnicamente esta tecnología dentro de la organización. Entonces se está hablando de la adquisición del equipo de cómputo, las conexiones y la capacitación básica para poder manejar la herramienta.
- 2** El cambio de la estructura organizacional: Las organizaciones sociales centroamericanas, casi nunca prevemos el cambio organizacional que la adopción de la Internet va a implicar. Al incorporar esta herramienta tecnológica en nuestro trabajo, empiezan a aparecer una serie de nuevas tareas, cambios en los procedimientos y procesos en los que no se había pensado. La adopción de la Internet implica variaciones en los procesos, las tareas y los perfiles ocupacionales.

3

El cambio de la estructura organizacional: Las organizaciones sociales centroamericanas, casi nunca prevemos el cambio organizacional que la adopción de la Internet va a implicar. Al incorporar esta herramienta tecnológica en nuestro trabajo, empiezan a aparecer una serie de nuevas tareas, cambios en los procedimientos y procesos en los que no se había pensado. La adopción de la Internet implica variaciones en los procesos, las tareas y los perfiles ocupacionales.

La generación de nuevos conocimientos: Muy poco impacto tendría la Internet en el trabajo organizacional, si por medio de su uso no cambiaran las actividades, métodos, productos y servicios que se ofrecen. La Internet será una herramienta útil para la transformación social, que es la meta final de la mayoría de nuestras organizaciones, si esta contribuye a encontrar nuevas soluciones a los problemas de las poblaciones con las cuales trabajamos, nuevas satisfacciones a las necesidades percibidas y nuevas formas de trabajar y organizarse. Sin embargo, este es un gran reto para las organizaciones, ya que este no es un proceso espontáneo, es un proceso que implica conocer y desarrollar nuevas habilidades y nuevas capacidades en las organizaciones, para que esta herramienta tecnológica se utilice para la generación de nuevos conocimientos que transformen las realidades de nuestras comunidades y países.

RETOS	ASPECTOS QUE INCORPORA
Acceso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo</li> <li>• Conexiones</li> <li>• Capacitación en el uso de las herramientas</li> </ul>
El cambio estructural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modificación de tareas</li> <li>• Modificación de procesos</li> <li>• Desarrollo de nuevos perfiles ocupacionales</li> </ul>
Generación de nuevos conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de nuevas habilidades</li> <li>• Desarrollo de nuevas capacidades</li> <li>• Ejecución de nuevas soluciones, productos y servicios</li> <li>• Desarrollo de nuevos métodos de trabajo</li> <li>• Desarrollo de nuevas formas de organización</li> <li>• (todas ellas utilizando la Internet como herramienta)</li> </ul>

### **b) Los principales cambios que esta herramienta ha producido en nuestras organizaciones<sup>1</sup>**

Hay dos procesos que se potencian con la incorporación de la Internet en las organizaciones centroamericanas en la actualidad:

1

La eficiencia de los procesos internos: Uno de los impactos más importantes que la Internet está teniendo en nuestras organizaciones es el de hacer más eficientes los procesos internos. Por ejemplo, la Internet está influyendo en lo hacerlos más ágiles, disminuir los trámites y las reuniones, reducir el papeleo y la ubicación física de las personas. Este aspecto es particularmente importante en las organizaciones que tienen algún tipo de descentralización.

2

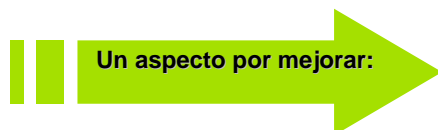
La comunicación hacia lo externo: El otro aspecto donde la Internet ha producido cambios organizacionales muy fuertes ha sido con respecto al establecimiento de relaciones con otros. En este sentido, no solo se ha incrementado en cantidad las relaciones existentes, sino también en el tipo de relación que se establece. Esto es particularmente importante en la interacción con similares en el país y la región, con donantes y con voluntarios.

<sup>1</sup> Si se desea más información al respecto consultar el material de la Investigación del impacto de la Internet en las organizaciones sociales centroamericanas

El rol de la Internet es particularmente importante en los grupos que ya tienen establecida una historia de relacionamiento, ya que se constituye en una herramienta de consolidación.

**Dos aspectos donde todavía no hay tanto impacto:**

- 1.** La Internet como herramienta de información: Aunque ha existido un avance en los últimos dos años en el uso de la Internet como una herramienta de información organizacional, este sigue siendo más bien un proceso de iniciativa individual y espontánea. Todavía no muchas las experiencias que se han desarrollado en la región, donde se reflexione y la pongan en marcha procedimiento organizacionales para incorporar en forma institucionalizada a la Internet como una herramienta de información.
- 2.** La Internet como una herramienta para la generación de nuevos conocimientos: Un comportamiento similar tiene este aspecto en las organizaciones centroamericanas. Las iniciativas de convertir la información que viaja en la Internet en un insumo para encontrar nuevas soluciones, desarrollar y mejorar los productos y servicios y encontrar nuevos métodos de trabajo, están todavía basadas en la iniciativa individual y no se realiza frecuentemente.



**El desarrollo de sitios Web:** Es muy poco el porcentaje de organizaciones de la sociedad civil de la región que disponen de un sitio Web (30%). Y una gran mayoría de las que disponen no lo mantienen actualizado y es prácticamente una página informativa muy básica.

**c) Las principales ventajas y desventajas de la Internet para las organizaciones de la sociedad civil centroamericana<sup>2</sup>: Para discutir, ampliar o disminuir.**

A continuación se presentan las principales ventajas y desventajas que la Internet provee a las organizaciones de la sociedad civil. Esta revisión se presenta como una propuesta para la discusión.

<sup>2</sup> Elaboradas a partir de la experiencia de los integrantes del equipo Acceso del año 2000.

## VENTAJAS

### ACCESO A LA INFORMACION

- Posibilidad de acceder a una gran cantidad de información de muy diversa calidad y de diversas fuentes.
- Rapidez y facilidad de conseguir información sin tener que encontrar el lugar físico.
- Acceso a fuentes primarias de información.
- Facilita la actualización continúa de información sobre los temas que se trabajan.

### USO DE LA INFORMACION

- Es una herramienta de trabajo y entretenimiento.
- Funciona como una herramienta de investigación.
- Es útil para el insumo en los proyectos que desarrollamos.
- Es un medio que contribuye con el desarrollo de estrategias de ejecución de proyectos.
- Es un medio que contribuye con la generación de ideas para el diseño de nuevos proyectos.
- Permite tener los procesos organizacionales más documentados.

### INTERACCION

- Permite responder solicitudes y consultas ágilmente
- Permite diseñar sistemas de atención y procesos de participación más ágiles
- Puede ser utilizada como una herramienta eficiente para la coordinación interna y externa de la organización.
- Posibilita la generación de posiciones alternativas consensuadas y la generación colectiva de visiones de mundo.
- Permite articular acciones en la sociedad civil y de sus organizaciones.
- Desarrolla el trabajo en redes y el trabajo colaborativo.

### COMUNICACION

- Elimina la barrera de distancia geográfica en la comunicación.
- La Red actúa como un amplificador del mensaje de la organización
- Amplía los interlocutores de la organización en distintos niveles.
- Facilita la discusión abierta y participativa a lo interno y a lo externo.
- Se puede combinar con otros medios de comunicación e información.

### PROMOCION

- Permite promocionar, visibilizar y dar a conocer el trabajo que desarrollamos.
- Amplía los contactos a nivel regional e internacional.
- Permite poner la información propia a disponibilidad del público abiertamente.
- Resulta más barato que los impresos o videos.
- Es fácil realizar actualizaciones y modificaciones de los materiales y documentos organizacionales.

### REDUCCION DE COSTOS

- Reduce el gasto en la comunicación, en general ya que sustituye faxes y - teléfonos.
- Reduce los tiempos de los procesos.
- Mejora los tiempos de coordinación haciendo los procesos más eficientes.
- Reduce las reuniones regionales, disminuyendo los costos de boletos y viáticos.
- Se puede decidir como distribuir el tiempo. Se genera mayor agilidad para trabajar y dar seguimiento a varias tareas al mismo tiempo.

### CONFIANZA

- Supone que tanto lo que se escribe , como lo que se recibe, no está siendo visto por otras personas más que las que yo deseo.

## DESVENTAJAS

---

### SATURACION

- Genera saturación de trabajo.
- Genera saturación de información.
- Reduce el contacto personal.
- Reduce los espacios de comunicación personal.
- Limita el tiempo de reflexión.
- Tener un uso intensivo y las que no.
- Se incrementa el volumen de trabajo.
- Hay sentimientos de inmediatez (todo es para el mismo momento)
- No siempre las búsquedas de información, contactos, etc son eficientes.
- La información fluye pero no logra ubicarse dentro de la memoria institucional (no se sistematiza, no se ordena, no se comparte, no se analiza)
- La cantidad de información, no se ve reflejada en valor agregado a los productos y servicios que genera la organización.

### DISTANCIA MIENTO

- Genera divisiones internas entre los que disponen de la herramienta y los que no.
- Genera distanciamiento entre las organizaciones con posibilidades de acceso y las que no lo tienen.
- Se dan barreras idiomáticas y culturales.

### NUEVAS DEMANDAS

- Se generan nuevos costos para poder transformarse y convertirse en generadores de información para la red.
- A veces se desvían recursos en aspectos técnicos que la adopción de la herramienta exige y que estaban destinados al trabajo con las poblaciones.
- Se empieza a atender al público que tiene acceso a la Internet y no siempre ese es nuestro público meta. Esto puede incrementarse fuertemente e invertir recursos destinados a las poblaciones con las que trabajamos.
- El costo de estar al día en la tecnología es sumamente elevado.
- Internet puede convertirse en un elefante blanco, que en vez de agilizar las cosas las complique y se vuelve más bien un agobio que un apoyo.

### NIVEL TECNOLOGICO

- No todas las organizaciones sabemos utilizar los mismos servicios de la Internet.
- No aprovechamos todos los recursos de esta tecnología.

### PLANIFICA CION

- Si la Internet se introduce sin desarrollar una estrategia de comunicación e información, traerá problemas e inversión inadecuada de recursos. (No todos necesitamos lo mismo)
- Puede generar falsas expectativas y pensamientos de resultados mágicos al incorporar la Internet en la organización.
- El análisis de costo-beneficio puede resultar costoso.

### USO

- No se conocen las potencialidades de la Internet
- Se debe descubrir el punto adecuado para cada organización, no existen recetas para un uso correcto de la Internet en todas las organizaciones.
- No toda la información disponible es de calidad, ni es verdadera.
- Se pueden generar usos inadecuados de la herramienta (por ejemplo, uso personal) y de la información.

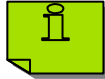
### ARTICULACION CON OTROS MEDIOS

- Se debe desarrollar la articulación con otros medios.
- No se deben sustituir los otros medios obligatoriamente, especialmente los que generan contactos personales directos.

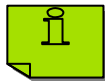


d

## **EN ESTE MODULO APRENDIMOS ...**



**¿QUÉ ES LA INTERNET?**



**¿CUÁLES SON LOS CAMBIOS QUE DEBE HACER MI ORGANIZACIÓN PARA APROVECHAR LA INTERNET?**

## **¿ EN QUE DEBE PENSAR MI ORGANIZACIÓN PARA ADOPTAR LA INTERNET?**

La incorporación en nuestras organizaciones de la Internet no sólo implica la adquisición de equipo y pago mensual de conexiones, implica también inversión en capacitación, cambios en las estructuras organizacionales, nuevas políticas institucionales relacionadas con los procesos de comunicación e información y un conocimiento amplio de las diversas formas de organización del trabajo. Estos aspectos serán tratados a continuación.

---

# ¿EN QUE DEBE PENSAR MI ORGANIZACIÓN PARA ADOPTAR LA INTERNET?

Para incorporar Internet en nuestras organizaciones, debemos pensar en diferentes factores que van a determinar su uso acorde con nuestro desarrollo.

A continuación, presentamos algunos de los aspectos a considerar.

## **a) ¿Qué costos le va a implicar a mi organización la adopción de la Internet?**

Una de las principales inquietudes cuando vamos a adoptar Internet son los costos que esta implica. En este apartado estudiaremos los aspectos más importantes en los cuales se debe invertir para incorporar esta tecnología en nuestras organizaciones.

La mayoría de nosotros tenemos clara la inversión que significa la adquisición de equipo y las conexiones. Sin embargo, existen otros costos no tan evidentes, que son igualmente importantes. En este apartado, trataremos de clarificar ambos aspectos.

Los costos que se explicitan a continuación se refieren a los necesarios para incorporar esta tecnología en nuestras organizaciones. Otros costos adicionales serán necesarios, en caso de que se desee desarrollar nuestro propio sitio Web. Estos serán expuestos en el cuaderno de sitios Web.

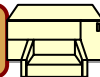
### ► **HARDWARE**<sup>3</sup>

#### **COMPUTADORAS**



Adquisición de las computadoras que se conectarán a la Internet con su respectiva capacidad de transmisión. Esto significa con módems, tarjetas de red y con suficiente velocidad para manipular el volumen de información que se va a transar en Internet, de acuerdo a los usos que le vamos a dar a la Internet. De la misma manera se debe poner atención a la capacidad de memoria y de disco duro.

#### **IMPRESORAS**



En general, es necesario disponer de una impresora para poder registrar la información en papel, cuando es necesario revisarla con detalle.

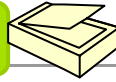
<sup>3</sup> Hardware: se refiere al equipo de cómputo. Se dice de la “parte dura” o física de las computadoras.

## TACORA

¿ Por qué resulta más barato comunicarnos por Internet que por teléfono?

1. Porqué solamente tenemos que hacer una llamada local hacia el servidor que nos atiende como clientes.
2. Este servidor a su vez se encarga de toda la comunicación.
3. Este servidor escoge los medios más ágiles y más baratos, dependiendo de donde nos querremos conectar. Puede que escoge cables, satélites, fibras ópticas, etc. El tiene la capacidad de definir cuál es el mejor camino y el más barato.
4. Por qué la comunicación no es exclusiva, es decir, no es como el teléfono, que te tiene que contestar alguien al otro lado y solamente es un asunto de emisor y receptor. Entonces los costos de comunicación se comparten entre todos los clientes que solicitan conexiones al servidor.

### SCANNER



Es muy útil disponer de algún scanner para poder transformar nuestra información en formato digital, y así aprovechar mejor las facilidades de la Internet.

### MANTENIMIENTO



Con mucha frecuencia, requeriremos asistencia técnica para reparar el equipo que hemos adquirido. Debemos de contemplar un rubro organizacional para estos efectos. Igualmente, es muy conveniente, pero lastimosamente no lo hacemos, disponer de un rubro trimestral para el mantenimiento preventivo del equipo de cómputo.

### SOPORTE TECNICO



Por otro lado, siempre existirán dudas que es necesario resolver, ayudas para la instalación de software, dudas técnicas de conexiones, configuraciones de máquinas y dispositivos, como impresoras. Es muy frecuente, que no podamos sacarle provecho a todo el equipo del que disponemos, porque no sabemos ¿cómo hacer las cosas? Al igual que el caso anterior, las organizaciones, no proveemos ningún apoyo en este sentido. Este rubro se hace particularmente importante, cuando nuestra organización tiene una línea dedicada.

## ► CONEXIONES

### CONEXIÓN AL PROVEEDOR

Se refiere a la entidad que permite que la organización tenga acceso a la Internet. Es decir, el que administra el servidor por medio del cual vamos a entrar y salir.

### CONEXIONES DENTRO DE LA ORGANIZACION

Con frecuencia preferimos crear una red interna, dentro de la organización, donde se conectan varias máquinas. Esto facilita el uso de los recursos porque estos se pueden compartir, por ejemplo, las impresoras. Para desarrollar una red de computadoras local hay que pensar en las velocidades de las conexiones entre computadoras que dependen del tráfico de información interna que se tenga, ya que de esto dependerá el tipo de cableado y la configuración que se vaya a utilizar.

### **SERVICIO TELEFONICO**

La mayoría de las organizaciones de la sociedad civil centroamericanas utilizamos la conexión a la Internet por medio de la línea telefónica. Este es uno de los rubros que se consideran más caros, principalmente cuando ya se hace un uso muy intensivo de la Internet en la organización.

### ► **SOFTWARE**<sup>4</sup>.

Otro de los aspectos en los cuales hay que invertir es en el relacionado con el software. Al menos hay que pensar en:

#### **LAS LICENCIAS**

La adquisición de licencias para el software que vamos a utilizar es tan importante como las computadoras mismas y tienen un precio considerable. Con frecuencia las licencias de software permiten la utilización de un número limitado de personas, por lo tanto será necesario agregar otras licencias, en caso de que se requieran derechos para más miembros de la organización que el permitido.

#### **LA PREPARACION DEL EQUIPO**

No siempre la instalación del software es tan sencilla como para hacerla uno (a) mismo (a). A veces será necesario recurrir a especialista para la instalación, la configuración del equipo y la preparación de las máquinas para que puedan aceptar el software que se desea utilizar. Con frecuencia, no conocemos las maneras más eficientes de realizar estas actividades y aprovechamos las herramientas que tenemos a medias, debido a aspectos técnicos que no conocemos.

#### **MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACION DEL SOFTWAREA**

Se debe invertir tiempo y recursos en mantener actualizadas las últimas versiones del software del que disponemos. Con frecuencia, cuando uno ha adquirido una licencia, las actualizaciones son gratuitas y se encuentran disponibles en la Internet. Sin embargo, se requiere tiempo y conocimiento para bajar estas actualizaciones e instalarlas correctamente en las máquinas. Igualmente, se requiere de alguna o algunas personas que se mantengan revisando cuando aparecen nuevas versiones del software que estamos

<sup>4</sup> Software: Se refiere a los programas que hacen funcionar las computadoras. Es la parte lógica del equipo de cómputo y tiene diferentes niveles que van desde los sistemas operativos, hasta las herramientas de usuario final.

utilizando.

## ► CAPACITACION

Muchos de los integrantes de las organizaciones utilizamos el método autodidacta y la transmisión de conocimientos de unos a otros para aprender el manejo del software de usuario final<sup>5</sup>. Generalmente no contabilizamos este tiempo como parte de los costos o la inversión que la Internet nos implica. Sin embargo, creemos que es necesario visibilizar estos esfuerzos como recursos invertidos.

En el área de capacitación, las organizaciones debemos invertir recursos en:

### ► Capacitación básica:

Se refiere al conocimiento que debemos tener sobre las herramientas que vamos a utilizar para trabajar dentro con la Internet. Por ejemplo, un administrador de correo o un navegador

### ► Capacitación para el uso adecuado de Internet:

No bastará con solo conocer el funcionamiento de los programas, sino que hay que aprender a integrar la Internet, dentro de nuestro trabajo cotidiano. En este sentido, por ejemplo, se hace necesario aprender cómo manejar la cantidad de información que proviene de las búsquedas y del correo, superando así los problemas que ello implica y sin interrumpir el trabajo.

### ► Capacitación en el uso del software de conexión<sup>6</sup>:

Al igual que con el equipo, si no se conoce cómo utilizar el software de conexión del que disponemos, no le podremos sacar un buen provecho. Es necesario invertir recursos en capacitarnos en el software que disponemos. Este rubro es especialmente importante en las organizaciones que dispongan de línea dedicada.

---

<sup>5</sup> Software de usuario final: Es el software que utilizamos los usuarios finales, por ejemplo el outlook o el netscape para el correo electrónico, el explorer para la navegación, el office para procesar texto, elaborar presentaciones, hacer hojas electrónicas.

<sup>6</sup> Software de conexión: Es el software que nos permite conectarnos a la Internet, generalmente se encuentra en los servidores. Se refiere a sistemas operativos, administradores de bases de datos, administradores de redes.

La siguiente tabla desglosa los principales costos tangibles que tenemos que asumir las organización para incorporar la Internet como una herramienta de trabajo.

INVERSION	ASPECTOS A CONTEMPLAR
“Hardware”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadoras</li> <li>• Impresoras</li> <li>• Scanner</li> <li>• Mantenimiento de equipo</li> <li>• Soporte Técnico</li> </ul>
Conexiones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conexión al Proveedor de Servicio Internet</li> <li>• Conexiones dentro de la organización</li> <li>• Servicio Telefónico</li> </ul>
“Software”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licencias</li> <li>• Configuración del equipo</li> <li>• Mantenimiento y actualización del software</li> </ul>
Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación básica</li> <li>• Capacitación para el uso adecuado de la Internet</li> <li>• Capacitación para el uso del software de conexión.</li> </ul>
Proceso de Planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación de los procesos de información y comunicación</li> <li>• Reflexión sobre el rol de la Internet</li> <li>• Definición de políticas y lineamientos organizacionales</li> </ul>
Curva de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de prueba y error</li> <li>• Tiempos de navegación indefinidos</li> <li>• Tiempos de satisfacción de intereses personales, más que organizacionales</li> </ul>

Otros aspectos en los que hay que invertir recursos, que no son siempre tangibles son los siguientes:

### ▼ **Proceso de Planificación**

Si no se realiza un proceso de planificación institucional antes de incorporar la Internet en la organización, es probable que esta no se aproveche de la mejor manera. Sin embargo, desarrollar este proceso implica determinados costos. Los más importantes se mencionan a continuación:

#### ► **Planificación institucional en información y comunicación:**

Esto significa a grandes rasgos, identificación de las necesidades de información y comunicación de la organización, elaboración de las estrategias para enfrentarlas y determinación del rol de la Internet dentro de esta estrategia organizacional.

#### ► **Reflexión sobre el rol de la Internet dentro de los procesos de la Institución:**

Esto significa un análisis de los procesos actuales y de la modificación que estos sufrirían al incorporar esta herramienta tecnológica. Se parte de la premisa de que la Internet hará más eficientes los procesos que ejecutamos las organizaciones, sin embargo, si no se hace el análisis correspondiente y estos no se modifican, se corre el riesgo de saturar a los integrantes de la organización, ya que estarían realizando los procesos antes de la Internet en conjunto con los procesos con la Internet. Por ejemplo, se hace necesario realizar un modificación ya que ahora los empleados recibirán 50 correos diarios y muchos de ellos requieren respuesta inmediata.

#### ► **Definición de políticas y lineamientos organizacionales:**

Cada organización tiene su propia dinámica y sus propios recursos, que van a determinar las políticas y los lineamientos organizacionales de uso de esta herramienta. En este punto se deben contemplar aspectos como:

- ¿ Cuántas y cuáles personas van a tener acceso a la Internet ?
- ¿ Cómo se va a distribuir y generar la información que viaja por la Internet ?
- ¿ Quién va a ser responsable de la cuenta institucional ?
- ¿ Cuáles van a ser las reglas de uso ?
- ¿ Cómo se van a distribuir las cuentas disponibles (por persona, por equipo de trabajo, combinada) ?
- ¿ Cómo se va a articular la Internet con otros medios de comunicación e información ?

Es muy frecuente que las organizaciones de la sociedad civil centroamericana **no realicemos este proceso de planificación** y que incorporemos la Internet sin tener muy claro para que nos puede servir en nuestras condiciones específicas. Esto se da por dos razones básicamente:

- ▶ por los costos que implica este proceso de planificación
- ▶ y porque no siempre tenemos claridad de que hay que desarrollarlo y cómo hacerlo.

## ▼ **La Curva de Aprendizaje**

Otro aspecto a contemplar como un costo no tangible es la curva de aprendizaje que la organización en general y sus integrantes, en particular, requieren para apropiarse técnica y organizacionalmente de esta herramienta. Durante este período, se invierte mucho tiempo en realizar pruebas y cometer errores, en “enfiebrarse” con las posibilidades que la Internet ofrece y conectarse durante mucho tiempo, en hacer consultas que apoyen los intereses personales, más que los organizacionales, porque son los temas más cercanos.

Casi todas las organizaciones que adoptan la Internet pasan por ese proceso de aprendizaje, que implica costos elevados, pero que se reduce después de un período, cuando ya se ha establecido un conocimiento de la herramienta.

### ▶ **La Forma en que nos Organizamos**

De la investigación sobre el impacto de la Internet en las organizaciones de la sociedad civil, se ha aprendido que pasamos por diferentes formas de organizarnos para aprovechar la Internet. Estas dependen de los recursos de los que disponemos, de la presión que van ejerciendo las personas que trabajan en la organización para acceder a los servicios de la Internet y del aumento en la inserción de la Internet en los procesos organizacionales. A continuación se presentan las tres formas de organizarnos más comunes que existen en la región.

#### **La primera forma**

---

En este caso, la organización dispone de una sola conexión a la Internet, y una sola persona que maneja la máquina que tiene acceso. Toda la información que entra o sale de la Internet pasa por esta persona que se encarga de distribuirla dentro de la organización y hacia fuera de ella.

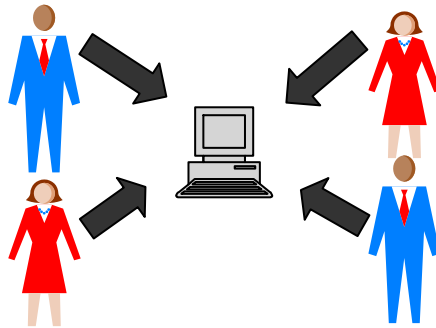


Las otras personas, con frecuencia disponen de alguna computadora, sin conexión para realizar sus trabajos. Esta por lo general es compartida por varias personas.

Esta es la que llamamos la época de los diskettes, porque toda la información viaja a través de este medio, dentro de la organización.

La persona que tiene a cargo el equipo, en general adquiere un rol muy importante dentro de la organización y se constituye en una figura de poder.

En algunas ocasiones, se permite a algunos otros miembros utilizar la conexión en tiempo no laboral.

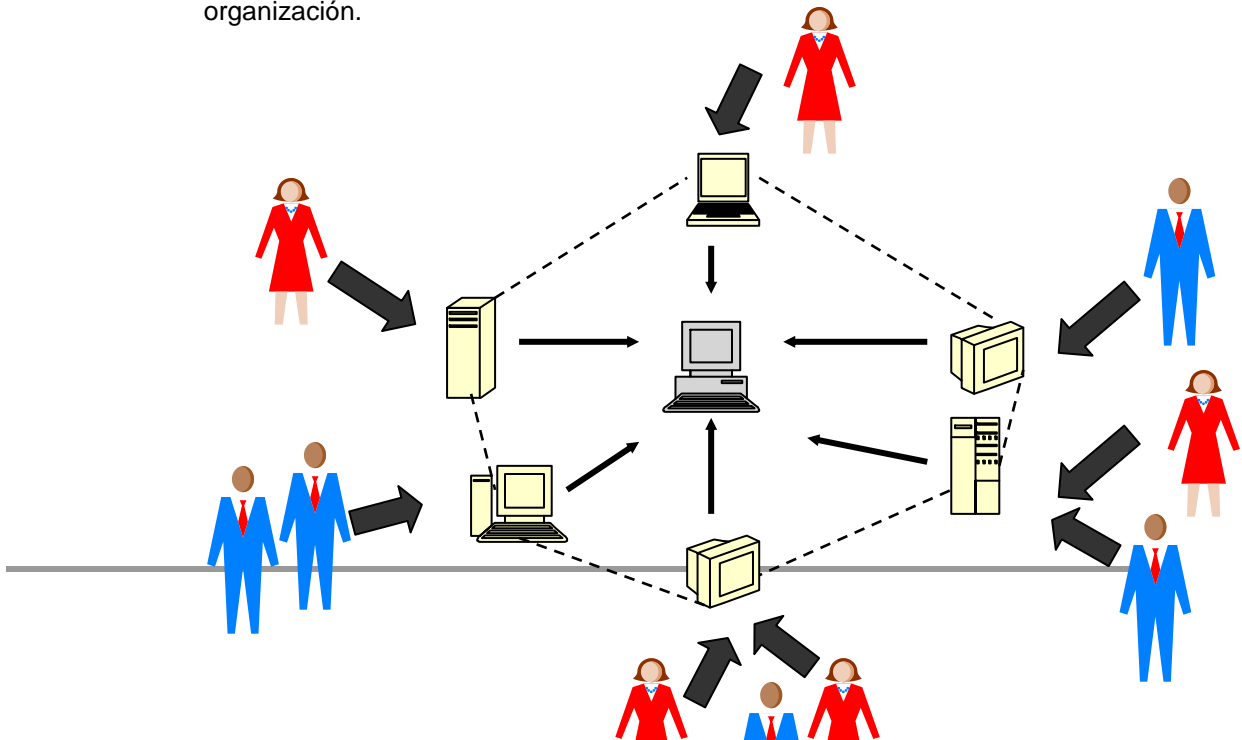


### **La segunda forma**

---

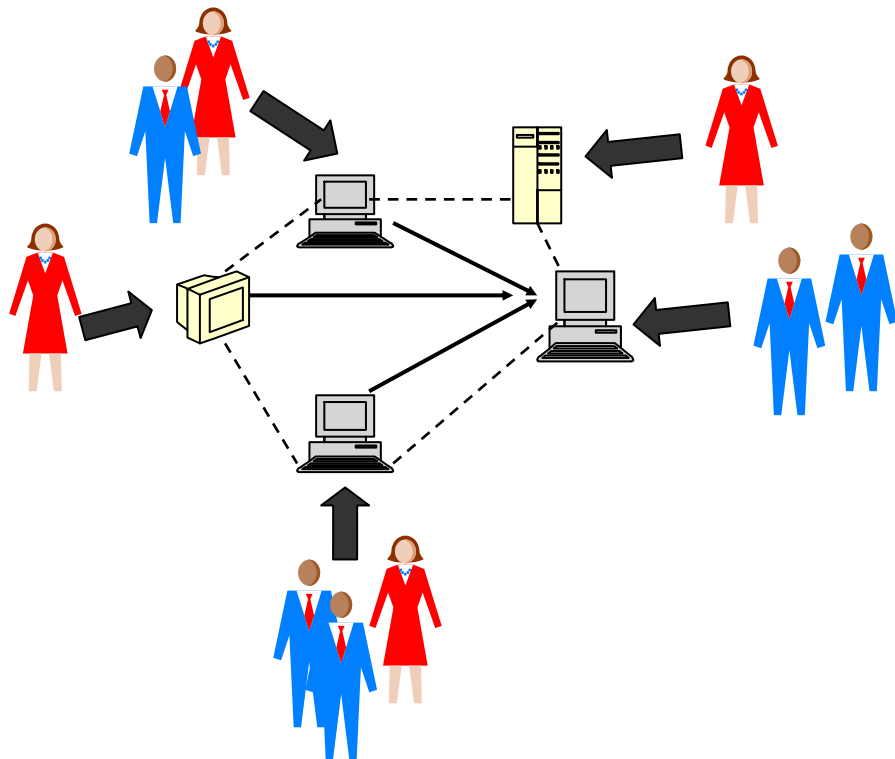
En este segundo caso, lo que ha sucedido es que hemos logrado conformar una intranet, interrelacionando todas las computadoras disponibles en la organización. Entonces ya no se utilizan diskettes para hacer llegar la información de un lado al otro, sino que esta viaja por la red local. Aunque todavía se tiene una única conexión a la Internet y una persona que centraliza en arribo y envío de información, se empiezan a agilizar los procesos.

Al conformar esta segunda forma, se logra que la información viaje más eficientemente a través de la organización y que se pueda compartir más fácilmente entre varios integrantes. Esto empieza a repercutir en los procesos organizacionales internos que se hacen más ágiles y más eficiente y en los procesos de comunicación e información hacia adentro y hacia fuera de la organización.



### La tercera forma

En este tercer caso, se han logrado conectar varias computadoras a la Internet. Por lo general, estas son compartidas por varias personas, casi siempre en equipos de trabajo. Aunque siempre existe un(a) miembro(a) de la organización que se responsabiliza de la información que llega a la organización, que es quien administra la cuenta central, ya la información viaja hacia adentro y hacia fuera, sin tener que pasar siempre por ella. En algunas ocasiones, no todos los equipos de trabajo tienen acceso directo a la Internet y continúan utilizando la red local para acceder hacia fuera.



### ► OTROS ASPECTOS A RESOLVER

En todos los casos es necesario que las organizaciones hayan pensado previamente cómo se van a atender las situaciones que se mencionan a continuación. Es frecuente, que instalemos la Internet en nuestra organización y que no tengamos en cuenta algunos aspectos que a partir de ese momento van a representar esfuerzos organizacionales.

- **Dudas de los usuarios:** Tanto en lo referente a los programas que se están utilizando, como a los equipos de los que se dispone.

■ **Configuración de los equipos y del software:** Permanentemente se estará requiriendo de personal que sepa configurar los equipos y los programas que se están o se van a utilizar.

■ **Mantenimiento y reparación de los equipos:** Tanto el mantenimiento preventivo de los equipos, como la reparación de los mismos una vez dañados, son rubros que representan un costo elevado. Es frecuente que el equipo que se ha adquirido requiera reparaciones y mantenimiento más pronto de lo que nos imaginamos.

■ **Soporte técnico:** Muy pronto y a medida que la organización se va a adentrando en el uso intensivo de la herramienta tecnológica, empiezan a aparecer dudas mucho más técnicas, que si no se resuelve, frenan el desarrollo y el aprovechamiento del potencial de la Internet.

■ **Actualización del equipo:** Hay que recordar que la vida útil del equipo de cómputo es de alrededor de tres años. Una vez transcurrido este tiempo, se hace necesario, no solamente actualizarlo (por ejemplo, agregar memoria o cambiar el disco duro), sino también empezar a pensar en adquirir computadoras nuevas. Igualmente pasa con los programas que estamos utilizando ya que frecuentemente hay que adquirir actualizaciones o nuevas aplicaciones. Un aspecto a tener en consideración, es que una vez que hemos desarrollado procesos de trabajo dependientes de la informática es prácticamente imposible prescindir de ellos.

## ► OTRAS ANOTACIONES SOBRE LOS RECURSOS REQUERIDOS

En todas las configuraciones mencionadas anteriormente es ideal que exista, la menos una persona en la organización que maneje los conocimientos básicos que la Internet requiere, por ejemplo para abrir cuentas de correo y diagnosticar y resolver problemas básicos. Los recursos disponibles para aprender estos aspectos son muchos y no resultan caros, por lo que una persona que no tenga amplia formación en informática puede ser capaz de prepararse y ayudar mucho a la organización y a sus compañeros en este sentido. El requisito es que esté interesado (a) en el tema y que esté dispuesto (a) a mantenerse actualizada (o) e investigando.

Igualmente se puede recurrir a contratar una empresa que atienda las necesidades del área, que brinde los servicios de mantenimiento y montaje de las configuraciones. Es muy importante escoger bien a este proveedor. Dependiendo de la organización, a veces resulta más barato optar por esta alternativa que la de tener un tiempo completo dedicado a estas funciones. Sin embargo, se tiene que tener en cuenta que nuestros problemas se podrán solucionar hasta que los encargados lleguen.

Otro aspecto muy importante, relacionado con el recurso humano es la diferencia que existe entre el profesional formado en el área de informática y el personal que se requiere para el desarrollo de la Internet en nuestras organizaciones. En este sentido hay dos aspectos que tomar en cuenta:

1

En Centroamérica no existe una formación específica para el desarrollo de la Internet como una herramienta estratégica para el desarrollo organizacional. Las dos formaciones más cercanas son la relacionada con comunicación y la relacionada con informática, pero en ninguno de los dos casos se trata a la Internet como una herramienta para el desarrollo organizacional. En la primera se mira a la Internet más como una herramienta para extraer y presentar información y en la segunda se enfocan los aspectos técnicos.

2

Las organizaciones centroamericanas hemos recurrido, principalmente a las personas del área de informática y hemos recargado en ellos, además de las tareas técnicas, las tareas de desarrollo y diseminación de la Internet dentro de nuestras organizaciones. Es probable que estos (as) compañeros (as) no tengan los conocimientos ni los intereses necesarios para darle impulso a estas nuevas responsabilidades y que por el contrario se encuentren saturados de trabajo, asumiendo ambos roles.

Estas dos situaciones nos presentan una nueva dificultad que debemos enfrentar en términos de formar recursos propios para la atención de estas nuevas tareas.

La siguiente tabla muestra las diferentes opciones de conectividad a la Internet.

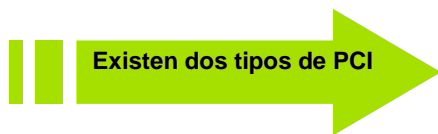
TIPO DE CONEXION	ASPECTOS A CONTEMPLAR
<b>Acceso conmutado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea telefónica</li> <li>• Se tiene que compartir la línea telefónica para el servicio de teléfono y la conexión Internet</li> <li>• PC con módem</li> <li>• Técnico que instale y configure los equipos</li> <li>• Pago por el servicio Internet: tarifa plana, tiempo de uso</li> </ul>
<b>Línea dedicada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea exclusiva para la Internet</li> <li>• Conectividad permanente que no interfiere con el servicio telefónico</li> <li>• Opciones de infraestructura: cable, conexión inalámbrica, DSL o línea telefónica</li> <li>• Paga una tarifa única</li> <li>• Excelente capacidad para la transmisión de datos</li> <li>• Costos elevados por contrato de servicios</li> <li>• Necesita de un enrutador</li> <li>• Necesita mantener contrato por servicio de hospedaje de sitio web y correo electrónico</li> </ul>
<b>Servidor en casa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• organización posee su propio servidor Internet</li> <li>• capacidad para alojar su sitio web y administrar servicios tales como el correo electrónico, listas, foros, etc.</li> <li>• Requiere de personal altamente calificado</li> <li>• La organización puede vender servicio de hospedaje y comunicación electrónica</li> </ul>
<b>Atención de necesidades para cualquier tipo de conexión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dudas de la usuarios</li> <li>• Configuración del equipo y software</li> <li>• Mantenimiento y reparación de equipo</li> <li>• Soporte técnico</li> <li>• Actualización del equipo</li> </ul>

### ► ¿QUE DEBO CONSIDERAR AL SELECCIONAR UN PROVEEDOR DE SERVICIOS INTERNET (PSI)?

Todas las organizaciones que vamos a incorporar la Internet como una nueva herramienta de trabajo deberemos seleccionar un Proveedor de Servicios (PSI). En este apartado, trataremos de visualizar los más importantes aspectos que debemos tomar en cuenta para escoger nuestro PSI.

### ¿QUÉ ES UN PCI?

1) Los que ofrecen soluciones de infraestructura y conectividad.



2) Los que se especializan en el desarrollo de aplicaciones para usar la Internet y los servicios de valor agregado.

Estos proveedores pueden ser privados, públicos o sin fines de lucro.

Los proveedores de infraestructura son cada vez menos y más grandes. Muchas veces los proveedores de Internet son los mismos que los de la telefonía internacional, que a su vez manejan la conectividad internacional. Para el usuario el PSI de conectividad es el que le permite acceder a la Internet, ya sea por medio de línea conmutada, por cable, por satélite o por línea dedicada.

Los proveedores de aplicaciones de valor agregado, tienen que ver por ejemplo, con los servicios de diseño y desarrollo de sitios Web, uso de listas electrónicas, cuentas pop, capacitación y todos los aspectos que van más allá de la conectividad.

**¿Qué debo tener en cuenta para escoger un PSI?**

Para escoger un proveedor de servicios de Internet se deben tomar en cuenta diferentes aspectos, según el tipo que sea.

Es muy importante que se busquen referencias de otras organizaciones que están siendo atendidas por el PSI que se está analizando.

► **Proveedor de Conectividad**

- 1) La calidad del servicio.
- 2) El soporte que ofrece.
- 3) La confiabilidad en el servicio.
- 4) La velocidad de conexión.
- 5) La capacidad para manejar muchas conexiones al mismo tiempo.

► **Proveedor de Servicios Agregados**

- 1) Desarrollo interno o externo.
- 2) Propuesta acorde con la organización.
- 3) Conocimiento del sector
- 4) Conocimiento de planificación estratégica.

---

### 1) Desarrollo interno o externo:

Primero se debe decidir, dentro de la organización, si se van a contratar externamente estos servicios o se va a capacitar a miembros de la organización y adquirir los recursos para desarrollarlos y mantenerlos internamente.

### 2) Propuesta acorde con la organización:

Es muy importante que el proveedor parta siempre de un análisis de las necesidades que tiene la organización. Es muy frecuente que se ofrezcan muchos servicios que no están fundamentados en los objetivos, la visión y las condiciones de la organización.

### 3) Conocimiento del sector:

El proveedor debe conocer el sector donde trabaja nuestra organización, de tal forma que comprenda las necesidades, el tipo de cosas que se hacen en el área, el lenguaje que se usa, entre otras.

### 4) Conocimiento de planificación estratégica:

Para que el servicio de valor agregado que se va a desarrollar, realmente represente un crecimiento organizacional, debe realizarse una planificación que tome en cuenta el valor estratégico de la Internet dentro del desarrollo organizacional. Igualmente será indispensable ubicar el servicio de valor agregado de acuerdo a las necesidades de información y comunicación de la organización y del público meta al que se propone alcanzar. Para esto es indispensable que el proveedor de servicios conozca tanto de planificación estratégica, como de planificación de sitios Web para que se pueda desarrollar un servicio ajustado a la realidad organizacional.

Aspectos más importantes que debemos tomar en cuenta para escoger nuestro PSI	PSI (privados, públicos o sin fines de lucro)	ASPECTOS A CONTEMPLAR
	<b>Proveedor de conectividad</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Calidad del servicio</li><li>• Soporte que ofrece</li><li>• Confiabilidad en el servicio</li><li>• Velocidad de conexión</li><li>• Capacidad de respuesta independientemente del número de peticiones</li></ul>
<b>Proveedor de servicios agregados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollo interno o externo</li><li>• Propuesta acorde con la organización</li><li>• Conocimiento del sector</li><li>• Conocimiento de planificación estratégica</li></ul>	

### **c) ¿Qué aspectos debemos tener en cuenta para la capacitación de nuestro personal?**

En primera instancia, es importante que una organización que piensa mejorar su uso de la Internet o que inicia su adopción, tenga claridad que el uso de esta herramienta implica la realización de cambios a nivel de estructura y procedimiento. Puede tratarse de pequeños ajustes o de reestructuraciones completas, de cambiar una parte de un procedimiento organizacional o de cambiar varios procesos y sus interacciones. En todos los casos se requerirá del desarrollo de nuevas habilidades y capacidades en el personal que conforma nuestras organizaciones.

Un primer paso, antes de definir la capacitación que se va a requerir, debe estar enfocado en analizar el objetivo que tenemos al incorporar o mejorar el desarrollo de la Internet dentro de la organización. Es decir, que se debe discutir y analizar la relación de esta herramienta tecnológica con la visión, la misión, los objetivos estratégicos de la organización. Este proceso tendrá como propósito determinar para qué se quiere la Internet, a qué necesidades va a responder, de qué le puede servir, como se relacionará su desarrollo con el presupuesto, los recursos, el tipo de personal, el tipo de trabajo al que se dedica, las poblaciones que atiende, etc.

La capacitación deberá responder a una política organizacional que está relacionada con los procesos de comunicación e información y la optimización de los recursos tecnológicos y humanos. Así mismo, deberá determinarse cuando la Internet es una herramienta útil para un proceso organizacional y cuando no lo es y es preferible utilizar otros medios de información y comunicación. La definición de este marco general va a permitir mayor claridad con respecto a cómo se va a administrar (en el sentido amplio de la palabra) el uso de la Internet dentro de la organización, el tipo de perfil humano que se requiere y las capacidades y habilidades que este debe tener.

Todos estos aspectos son los que definirán el tipo de capacitación y a qué personas dentro de la organización deberá ir dirigido. La formación dentro de la organización debe desarrollarse en tres niveles:

#### **Formación general:**

Se refiere a difundir un conocimiento general entre los miembros sobre lo que significa la Internet y sus potencialidades para el desarrollo organizacional, nacional y mundial. Además sería interesante que a este nivel se reflexione sobre las diferencias que la Internet provee y las desventajas y ventajas frente a otros medios de comunicación e información. Este nivel de conocimiento, no se enfoca en las herramientas, sino en la visión global de la tecnología y el rol que desempeña.

#### **Formación estratégica:**

Este segundo tipo de formación se refiere a desarrollar una visión estratégica de la Internet. Es decir a aprender a relacionar las necesidades organizacionales, las del sector con el que nos desarrollamos y las de las poblaciones meta con las cuales trabajamos con las potencialidades que la Internet nos ofrece. Esta formación se enfoca en determinar los aspectos donde la Internet nos puede ser útil y dónde no lo será. Y cuando nos puede ser útil poder determinar en qué sentido y qué aspectos.

### Formación técnica general:

Los miembros de la organización que van adquiriendo posibilidades de acceder a la Internet deben ir adquiriendo conocimientos técnicos que les permitan ir apropiándose de la tecnología y aprovechando al máximo sus posibilidades. Es necesario que los miembros de la organización adquieran conocimientos sobre como administrar el correo, cómo navegar, cómo enchufar un modem, cómo bajar un archivo de la Red, cómo mantener una lista de favoritos, etc. Estos conocimientos son más fáciles de adquirir si se conoce el funcionamiento de la computadora, se tiene cercanía con el lenguaje que se utiliza y si se tiene clara la nueva dinámica que la Internet implica.

### Formación técnica específica:

Junto al conocimiento técnico general se debe desarrollar un conocimiento técnico específico. Este está relacionado con el tipo de funciones que tiene cada miembro dentro de la organización y cómo la Internet puede ayudarle a mejorarlas. Por ejemplo, el responsable de comunicación organizacional deberá adquirir mayores conocimientos sobre la Internet como herramienta de comunicación interna y externa, el responsable de incidencia deberá conocer con detalle como utilizar la Internet para influir en la toma de decisiones, el responsable de diseño de proyectos deberá tener mayores conocimientos en utilizar la Internet para la investigación de donantes, la interacción con ellos y el seguimiento de propuestas propias y de otros.

#### 😊 **Nota:**

Un 60% de las organizaciones centroamericanas consultadas en la investigación de impacto consideran que las opciones de capacitación existentes en su país, no responden a sus necesidades.

Si la organización tiene un sitio Web y/o un servidor propio, se debe enfatizar en aspectos técnicos más a profundidad, donde se incorpore el diseño, la planificación, la actualización, la operación y otros aspectos del sitio Web (estos se verán con más detalle en el cuaderno de sitios Web). Igualmente

será necesario adquirir capacidades en la administración del correo electrónico, la operación del servidor, la lectura de estadísticas y la administración de bases de datos, entre otros.

En cualquier caso, es necesario que exista al menos una persona en la organización encargada de mantener informada y actualizada a la organización sobre que hay de nuevo en la Internet que le pueda servir a nuestra organización.

#### 😊 **Nota:**

Uno de las formas que utilizamos las organizaciones sociales centroamericanas para aprender el manejo técnico de la herramienta e por medio de la transmisión de conocimientos de unos compañeros a otros, por medio de la resolución de dudas y por medio del método de prueba y error. No es muy frecuente que llevemos cursos formales para esta capacitación técnica.

### **d) ¿Qué criterios que debo tomar en cuenta para seleccionar la entidad encargada de las capacitaciones?**

Es importante mencionar que las capacitaciones van a ser efectivas si la organización tiene establecidos los mecanismos para incorporar en su trabajo los nuevos conocimientos adquiridos. La incorporación de una nueva tecnología implica cambios y en el caso de la Internet estos cambios son muy rápidos y drásticos, por lo que la organización tendrá que estar preparada cultural y económicamente para incorporarlos.



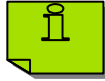
Existen muchas opciones de capacitación empaquetadas. Estas ofrecen soluciones iguales para todos los asistentes. Para que este tipo de capacitación sea efectiva el participante debe lograr adaptar los conocimientos adquiridos a sus condiciones laborales, lo cual no siempre es factible. Estas capacitaciones empaquetadas enfatizan en la formación técnica general, mencionada anteriormente. Los otros niveles de capacitación propuestos en este documento, no son ofrecidos por parte de ningún proveedor de capacitación.

► **Dentro de las opciones existentes sería ideal ubicar un proveedor de capacitación que:**

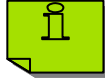
- 1- **Adapte la capacitación a las necesidades de la organización.**
- 2- **Parta de un diagnóstico organizacional inicial.**
- 3- **Trabaje en conjunto con los miembros de la organización determinando necesidades y los distintos perfiles de uso y de formación requeridos.**
- 4- **Diseñe los cursos de acuerdo a l funcionamiento de la organización y el tipo de usuario de la Internet que la integra.**
- 5- **Tiene capacidad de entender y diseñar los contenidos relacionando las necesidades de la organización con las herramientas y los servicios de la Internet.**
- 6- **Tiene métodos de enseñanza, materiales desarrollados y experiencia desarrolladas.**
- 7- **Si conoce el ambiente de la sociedad civil y conoce el vocabulario y la cultura de este tipo de oraanizaciones.**

Aspectos de capacitación en los que debe pensar una organización para implementar o mejorar el uso de la Internet.	<b>COMO APROVECHAR EL USO DE INTERNET</b>	<b>ASPECTOS A CONTEMPLAR</b>
	<b>Cambios en la estructura y procedimientos de la organización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas políticas organizacionales relacionadas con el recurso Internet.</li> <li>• Desarrollo de nuevas habilidades y capacidades en relación con los procesos de comunicación e información</li> </ul>
	<b>Formación del personal en niveles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación general</li> <li>• Formación estratégica</li> <li>• Formación técnica general</li> <li>• Formación técnica específica</li> </ul>
	<b>Criterios para seleccionar la entidad capacitadora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que ofrezca una propuesta de capacitación a la medida</li> <li>• Que parta de un diagnóstico inicial de la organización</li> <li>• Que trabaje en conjunto con los miembros de la organización</li> <li>• Que diseñe cursos de acuerdo a tipo de organización y usuarios</li> <li>• Que tenga capacidad para entender y proponer opciones de implementación de la nueva tecnología</li> <li>• Que ofrezca métodos de enseñanza probados y aplicados</li> <li>• Que conozca la cultura en general de las organizaciones de la sociedad civil</li> </ul>

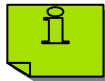
## EN ESTE MODULO APRENDIMOS ...



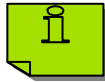
**LA INVERSION QUE MI ORGANIZACIÓN DEBE CONOCER EN HADWARE, SOFTWARE Y CAPACITACION PARA EL USO DE LA INTERNET**



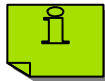
**¿QUÉ ES UN PROVEEDOR DE SERVICIOS INTERNET (PSI)?**



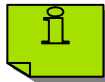
**DIFERENTES FORMAS DE CONECTIVIDAD**



**¿POR QUE ES IMPORTANTE EL PROCESO DE PLANIFICACION?**



**¿QUE ES UNA INTRANET?**



**CRITERIOS PARA SELECCIONAR UNA ENTIDAD DE CAPACITACION**

## COMO SACARLE EL JUGO A LA RED

Se presenta a continuación una descripción de los principales servicios Internet que utilizan las organizaciones:

- Correo electrónico
- Listas de correo
- Foros
- Buscadores

Además, se incluye un apartado que detalla el uso estratégico que pueden hacer las organizaciones de otros servicios Internet.

---

## **CORREO ELECTRONICO POP**

El correo electrónico es uno de los servicios de comunicación que nos ofrece la Internet para enviar y recibir información de manera puntual, directa y en el momento deseado, se podría decir, que es el servicio más utilizado por su versatilidad, facilidad de uso y accesibilidad. Prácticamente, no nos imaginamos realizar nuestras labores diarias de trabajo sin utilizar este medio de correspondencia electrónico por medio del cual podemos intercambiar mensajes con una persona o varias a la vez.

POP es una abreviación de (Protocolo de Oficina Postal). Permite a usuarios dentro de un dominio recibir correo electrónico. Las cuentas de correo por POP casi siempre se utilizan en organizaciones, empresas, universidades y servidores de Internet, que suelen dedicar un sólo servidor al manejo de todo el correo. Son muy rápidas y fiables. Los mensajes suelen gestionarse mucho mejor y es más fácil descargar el correo a la computadora personal, aunque es necesario hacerlo con un programa de manejo de correo (ver recuadro).

### **Programas más utilizados para el correo electrónico POP:**

Pegasus. Se puede descargar en:	<a href="http://www.pegasus.usa.com/dl/">http://www.pegasus.usa.com/dl/</a>
Eudora, disponible para PC y Mac,	<a href="http://www.qualcomm.com/">http://www.qualcomm.com/</a>
Netscape Communicator	<a href="http://www.netscape.com/download/index.html">http://www.netscape.com/download/index.html</a>
Microsoft Outlook Express	<a href="http://www.microsoft.com">http://www.microsoft.com</a>

Las funciones básicas que todos los programas de correo electrónico ofrecen son las siguientes:

<b>to:</b> (para:)	Donde se digita la dirección del correo electrónico del destinatario. Puede incluirse más de una dirección separadas por una "coma"
<b>Cc:</b> (con copia)	Se utiliza para enviar una copia del mensaje a otra(s) persona(s) que no sean la o las incluídas en el "to". También se separan por una "coma" si son varias direcciones. Con esta opción el destinatario principal se enterará de que se envió copia a otras personas.
<b>Bcc:</b>	También funciona para enviar una copia a una o varias personas pero sin que los destinatarios principales en el "to" o "cc" se enteren de que el mensaje llegó a otras direcciones.
<b>Group:</b> (grupos)	Opción que permite hacer grupos de usuarios para un mensaje común a todos los incluidos en el grupo.
<b>Replay:</b> (responder)	Funciona para responder un mensaje recibido. La idea es de no tener que preparar un nuevo mensaje a la persona que nos envió correspondencia.
<b>Forward:</b> (adelantar)	Se usa para "adelantar o enviar" un mensaje recibido a otras personas con las cuales se quiere compartir la información. Esta opción permite no sólo adelantar el mensaje original, sino que también introducir en este mensaje algún comentario sobre lo que se esta enviando.
<b>Replay to:</b>	También es una función de respuesta a un mensaje recibido pero con la posibilidad de ejecutar de enviar ese mensaje de respuesta todas las direcciones a las cuales les llegó el mensaje original.
<b>Subject:</b> (asunto)	Es muy importante y sirve para indicar en pocas palabras el contenido del mensaje sin necesidad de abrirlo.
<b>Archivar:</b>	Es una opción que se usa para guardar el correo recibido y enviado en diferentes carpetas. Estas carpetas son como los folder de un archivo clasificados según el tema.
<b>Filtro:</b>	Necesita de ciertos criterios de clasificación según el tema y que se definen previamente para que el programa de correo pueda distribuir en el proceso de revisión del correo los mensajes con base a los criterios de clasificación.
<b>nicknames:</b> (nombres cortos)	Nombres cortos o "apodos" que se asignan a un grupo de direcciones o dirección en particular. La idea es llamar por medio de este nombre corto a una dirección o grupo sin necesidad de tener que recordar toda la

	sintaxis de la(s) misma(s). Entonces, con sólo digitar ese nombre el programa lo relaciona con la dirección o direcciones completas.
<b>Attachment:</b> (adjuntos)	Son archivos creados en diferentes programas de texto, gráficos, de sonido, bases datos, video y otros que puede adjuntarse a un mensaje de correo electrónico y enviarse junto con el. Con los adjuntos hay que tener mucho cuidado pues si se envía un archivo pesado (con muchos gráficos, video, música) por lo general tiende a disminuir el rendimiento del programa de correo disminuye su capacidad.

## ¿Cómo podría mi organización hacer uso de esta herramienta? ¿qué se necesita?

Recordemos algunos de los requerimientos que debe considerar la organización para implementar la Internet y que en este caso son los básicos para el uso del correo electrónico:

- Computadora
- software de comunicaciones
- software de correo electrónico
- servicio internet
- servicio telefónico
- capacitación y conocimiento del software y de las políticas y estrategias para su uso dentro y fuera de la organización.
- cuenta de correo electrónico

La cuenta de correo electrónico es un casillero personal o institucional que se solicita a un PSI (proveedor de servicios Internet) específicamente los que ofrecen servicios de valor agregado.

El casillero electrónico es similar al apartado postal que tiene toda organización, solo que, funciona en un servidor Internet. En la empresa donde solicitemos el servicio habrá un técnico quien será el encargado de habilitar en este servidor la dirección electrónica que pertenecerá únicamente a la organización.

Esta dirección electrónica o casillero sería algo similar al apartado postal en el caso del correo tradicional.

Un ejemplo de dirección o casillero electrónico sería la siguiente: **servicioweb@midominio.or.cr**

### ► Más sobre direcciones de correo electrónico:

Las direcciones de correo electrónico, en Internet, generalmente tienen dos partes principales:

minombre@oneworld.net

Primero está el nombre de la persona usuaria (minombre) que se refiere al buzón de correo del receptor. Luego hay un signo de arroba (@). Luego viene el nombre del host o anfitrión (oneworld.net), también llamado nombre de dominio. Esto se refiere al servidor de correo, la computadora donde la persona receptora tiene un buzón de correo electrónico. Generalmente, es el nombre de una compañía u organización. Finalmente, hay un punto (.) seguido por dos o tres letras (org or net ac edu co com) que indican el sector al que pertenece la organización, y en la mayoría de los casos, el país donde se ubica.

A continuación se presentan algunas de las ventajas de este servicio, pero también consideramos importante señalar posibles desventajas que toda organización debe conocer:

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Permite la comunicación instantánea entre las personas que tengan acceso al servicio: desde la casa, o por medio de un café Internet, o en el trabajo.	Cuando las personas desconocen su funcionamiento y envían correos muy pesados que bloquean el paso de otros mensajes.
Permite el intercambio ágil e informal entre personas y organizaciones.	Pretender que este medio puede sustituir otras instancias de comunicación como el contacto personal o el teléfono.
Es de bajo costo.	Utilizarlo para enviar correos tipo "spam". Por lo general son correos comerciales o con contenidos que interfieren con nuestras actividades.
Permite utilizar herramientas adicionales como listas de correo.	Son excelentes vías para enviar virus a nuestras máquinas.
Existen servicios de correo gratuitos.	La falta de políticas institucionales que apoyen el buen uso del servicio en nuestras organizaciones.
Las nuevas versiones permiten enviar y recibir páginas web en el mismo cuerpo del mensaje.	No es un servicio totalmente gratuito, aunque dispongamos una cuenta gratis, siempre tenemos que pagar por algo más: la cuenta de teléfono, la cuenta internet, la hora del café Internet.
Permite trabajar en nuevos mensajes, o archivar, o tramitar solicitudes sin necesidad de estar permanentemente conectado.	

### ► Correo electrónico basado en web

Las cuentas de correo basadas en web tienen como principal ventaja ser gratuitas y muy fáciles de usar, debido a su interfase amigable de iconos y gráficos. Su principal inconveniente es la lentitud, así como la posible inestabilidad e inseguridad del servicio. Existen muchos proveedores gratuitos de correo basado en web. El correo basado en web solamente se puede acceder cuando se está conectado a Internet, y los mensajes no se guardan en la computadora de la persona usuaria.

#### Proveedores de correo gratuito basado en web

[http://dmoz.org/World/Espa%10l/Computadoras/Internet/Correo\\_electr%3nico/Basado\\_en\\_Web/](http://dmoz.org/World/Espa%10l/Computadoras/Internet/Correo_electr%3nico/Basado_en_Web/)

### ► Algunos usos estratégicos:

- **Comunicación:** El correo electrónico nos sirve para comunicarnos, de persona a persona, en lo interno de la organización y con personas con las que trabajamos fuera de la organización, incluyendo donantes y organizaciones relacionadas.

Algunas personas piensan que el correo POP es más conveniente que el basado en web, ya que permite enviar archivos adjuntos más grandes y podemos conservar copia de los mensajes en nuestra computadora. El costo del correo electrónico es muy bajo, el mensaje llega casi instantáneamente al casillero de la otra persona, mantenemos un archivo escrito y digital de nuestras conversaciones

que podemos “adelantar” a otros, responder rápidamente y establecer una correspondencia “informal”.

- **Promoción:** Ocasionalmente, la organización puede enviar correos electrónicos promocionando alguna de sus actividades, eventos o publicaciones. El correo electrónico puede servir a la organización para ponerse en contacto con medios de prensa, personas interesadas, autoridades gubernamentales, organizaciones relacionadas con el tema, donantes etc. Los envíos masivos de correo son muy molestos e indisponen a los usuarios. Cuidado! Muchas veces los correos electrónicos impersonales son ignorados, sobre todo cuando son muy largos, llevan archivos adjuntos o se reciben constantemente. En ese caso lo mejor es utilizar una o varias listas de distribución de correo electrónico.

### ► Qué aprendimos

¿cómo funciona el correo electrónico? Tipos  
¿cómo se compone una cuenta de correo electrónico?  
¿qué opciones ofrecen los programas de correo para administrar nuestra correspondencia?  
Ventajas y desventajas del correo electrónico  
Usos estratégicos

## **LISTAS DE CORREO**

Es un servicio que consiste en la distribución automática de mensajes por medio del correo electrónico a un grupo de personas que comparten un interés común, que bien puede ser la retroalimentación entre los miembros de nuestras organizaciones, con nuestra población meta o el contacto continuo con otras organizaciones para ampliar nuestras fronteras de trabajo y posibilidades de acción. Es una especie de comunidad a través del correo electrónico que puede llegar a convertirse en un espacio válido para la investigación, el aprendizaje o el desarrollo profesional y personal de sus miembros mediante el trabajo cooperativo.

Buscalistas <http://www.comobuscar.com/buscalistas/>

EListas: alojamiento gratuito de listas, directorio de listas <http://www.elistas.net/>

Yahoo! Groups: permite crear un grupo de forma gratuita, además de la lista da un espacio gratuito en Web y archiva en web los mensajes enviados a la lista <http://mx.groups.yahoo.com/>

DGroups: provee un espacio de trabajo colaborativo en web <http://www.dgroups.org>

Cómo utilizar listas de correo para trabajar en grupos  
[http://www.idrc.ca/acb/showdetl.cfm?&DID=6&Product\\_ID=387&CATID=15](http://www.idrc.ca/acb/showdetl.cfm?&DID=6&Product_ID=387&CATID=15)

El aprovecharse del correo electrónico para su funcionamiento ha hecho que se incremente su uso y se convierta en una herramienta muy útil para las organizaciones de la sociedad civil.

### ► Tipos de listas

Existen varios tipos de listas, las mayoría de ellas **no moderadas**, quiere decir, que permite que cualquier persona suscrita a la lista envíe un mensaje para su distribución entre todos los miembros suscritos, en tiempo real y sin ningún tipo de filtro

Las **listas moderadas** son las que necesitan de una persona que controle el intercambio de mensajes para asegurarse de que no circulen contenidos inapropiados, publicidad, cadenas y otros. Usualmente, estas listas tienen menos miembros y tráfico, debido al trabajo que genera este tipo de control.

En este caso, el administrador también puede cumplir la función de moderador, significa que además de aprobar el envío de mensajes modera la discusión y aporta contenido analítico al proceso.

Otra funcionalidad de las listas de correo, muy de moda hoy en día y de gran utilidad para las organizaciones por su bajo costo y alto rendimiento, son aquellas de una sola vía utilizadas principalmente para la distribución de boletines entre las personas suscritas. Un ejemplo es el boletín trimestral Andanzas de Fundación Acceso.

Tipos de listas de correo	
<b>Pública</b>	Es aquella en la que cualquier persona puede suscribirse para formar parte para recibir y enviar mensajería.
<b>Privada</b>	El administrador es el encargado de supervisar el envío de mensajes bajo ciertos criterios ya definidos.
<b>Pública moderada</b>	Podría ser un boletín masivo. Las personas suscritas reciben el boletín pero no se diseminan los comentarios de respuesta al mensaje enviado.
<b>Privada moderada</b>	Lista de un grupo de personas entre los cuales se intercambia mensajes con criterios previamente definidos y bajo la supervisión de un moderador que aporta con análisis los procesos de discusión y además controla la administración técnica de la misma.

Entonces, la función de una lista es la administración del correo electrónico, es una herramienta para definir a quién voy a mandar correo, quién tiene derecho de recibirlo, quién tiene derecho de responder, quién va a recibir las respuestas que los miembros envían .

### ► ¿Qué programa se utiliza para manejar listas de correo?

El programa más utilizado para manejar listas se llama Mayordomo, el cual se encarga de distribuir los mensajes a todas las direcciones de correo incluidas en el grupo.

**MAYORDOMO** es un programa que automatiza la administración y el manejo de listas correo electrónico. Los comandos necesarios para el funcionamiento de algún tipo de lista (moderada, no moderada, pública) son definidos en este programa, una vez abierta la lista (o sea definida en el Mayordomo) las operaciones de mantenimiento pueden hacerse remotamente (a



distancia), sin requerir de la asistencia técnica de la persona que maneja el sitio donde se encuentra la lista.

Entre las funciones que puede realizar el Mayordomo se encuentran están las siguientes:

- apoyo en los procesos de suscripción y desuscripción
- apoyo/soporte para archivar mensajes y retirarlos remotamente
- ofrece la opción de filtros
- apoyo/soporte para la elaboración de resúmenes de los correos enviados a la lista

### ► Proceso de suscripción a una lista de correo:

- 1) Para suscribirse a una lista de correo hay que enviar un mensaje solicitándolo, la forma de hacerlo varía según la lista.
- 2) El mensaje se dirige a quién administra la lista con las siguientes características:

**To:** (dirección del administrador de la lista)

La dirección administradora de la lista puede llevar nombres como : “listproc”, “listserv” o “mayordomo”, mas la @ y el nombre del dominio.

[listserv@ualvm.ua.edu](mailto:listserv@ualvm.ua.edu)

[mayordomo@igc.apc.org](mailto:mayordomo@igc.apc.org)

El **subject** o asunto se deja vacío

En el cuerpo del mensaje se escribe la palabra “**subscribe**” el nombre de la lista.

En algunas ocasiones se solicita el nombre y apellido de la persona que esta solicitando la suscripción a la lista.

***subscribe (nombre de la lista)***

ó

***subscribe (nombre de la lista) (su nombre) (su apellido)***

El mensaje debería quedar así:

**To:** [listserv@nodo.servicio.país](mailto:listserv@nodo.servicio.país)  
**Subject:** (dejar esta línea en blanco)

en el cuerpo del mensaje:

**subscribe** [nombrelista@nodo.servicio.país](mailto:nombrelista@nodo.servicio.país)

¿Que sucede después de suscribirnos a lista de correo?

- Recibimos un mensaje de bienvenida de parte del administrador de la lista. Por lo general, este mensaje viene de la dirección de la lista.
- Una explicación de las reglas de participación y objetivos de la lista.

### ¿Cómo podemos desuscribirnos de la lista?

**To:** [listserv@nodo.servicio.país](mailto:listserv@nodo.servicio.país)  
**Subject:** (dejar esta línea en blanco)

*en el cuerpo del mensaje:*

**unsubscribe** [nombrelista@nodo.servicio.país](mailto:nombrelista@nodo.servicio.país)

### ► ¿Qué más debe saber una organización para decidir si una lista de correo electrónico es lo que necesita para facilitar y potenciar su trabajo?

- puede convertirse en un recurso de información eficiente si se administra adecuadamente.
- por su versatilidad puede utilizarse para reuniones de trabajo virtuales, revisar documentos distancia.
- Es una excelente herramienta para promover la discusión.
- Agiliza los procesos técnicos-logísticos relacionados con la suscripción, desuscripción y envío de mensajes a grupos grandes o pequeños de personas.
- Los mensajes de la lista podrían incluir referencias o ligas de regreso al sitio web y de esta forma mantener un círculo de usuarios constante a nuestras páginas.
- Por lo general, las personas suelen leer más correo electrónico que visitar sitios web.

### **!! Cuidado !!** también nuestras organizaciones deben saber que

- dependiendo del tipo de lista podrían generar mucho tráfico y trabajo.
- Todas las listas tienen su propia evolución, hay unas en las cuales el interés se pierde y la lista se apaga, la gente se retira o simplemente deja de contestar.
- Si la herramienta no se usa adecuadamente, no tiene un propósito claro y no dispone de recursos suficientes humanos y logísticos para su funcionamiento, más bien puede llegar a convertirse un obstáculo en el trabajo diario y gasto de dinero para la organización.

### ► Otros aspectos por conocer:

- Para participar de una lista la organización debe tener una cuenta de correo electrónico designada para recibir y enviar mensajes a la lista.
- Para crear una lista y saber administrarla se necesita de un dominio propio, o bien utilizar los servicios gratuitos de servidores de listas. Recuerde que estos servicios gratuitos incluyen publicidad en los correos.

- Hay varios servicios gratuitos, el principal esta en yahoo.com y se llama **yahoogroups.com**
- La otra forma de formar una lista sería en el dominio propio de la organización, en cuyo caso el proveedor del servicio donde está el dominio tiene la capacidad de montar la lista solicitada.
- Esta modalidad ofrece la ventaja de mantener la imagen y la integridad de la organización, aspecto que no se mantiene en los servicios gratuitos.
- También existen servidores que ofrecen el servicio de listas cobrando a la organización una suma de dinero y con la ventaja de que no incluyen anuncios comerciales. Esta modalidad funciona muy bien para organizaciones que no tienen sitio propio pero que ocupan de una lista.

Direcciones útiles relacionadas con el tema de las listas electrónicas:

**Buscadores de listas:**

<http://www.rediris.es/list/>

<http://www.mailbase.ac.uk/>

<http://www.rcp.net.pe/rcp/listas/categorias.sht>

**Recuerde** que una lista de correo se convertirá una actividad más de trabajo dentro de su organización, que requiere como todas: de planificación y recursos.

**Etiqueta:**

Algunas normas de calidad acordadas para quienes participan en una lista de correo:

- Antes de enviar un mensaje público, piense si lo que envía es algo realmente de interés para los cientos de personas participantes que lo leerán.
- No envía mensajes particulares a una lista. Las otras personas pueden no tener interés en la conversación con su amiga o amigo.
- Piense si es algo que sinceramente usted diría públicamente de forma responsable, Internet ofrece muchas posibilidades para el anonimato, pero esto debilita el lazo social entre las personas que la usan.
- No envíe mensajes masivos con propaganda que no ha sido solicitada.
- Ser breves. Las frases breves tendrán más impacto que los párrafos largos.
- Usar títulos descriptivos.
- Al contestar un mensaje es conveniente marcar con un símbolo ">" los puntos a los cuáles está haciendo referencia.
- Reportar los hallazgos. Cuando se obtiene del grupo información sobre un tema, es cortesía proporcionar las respuestas obtenidas a las demás personas de ese grupo. La mejor forma de hacerlo es reunir todas las respuestas en un artículo y enviarlo al grupo.
- Precisar las fuentes de información como se se tratase de una publicación científica.

### ► **Algunos usos estratégicos:**

- **Promoción:** En listas electrónicas sobre nuestro tema de trabajo podemos exponer el punto de vista de la organización sobre determinado asunto, y compartir con otros nuestros conocimientos, hallazgos, experiencias y dudas. También podemos informar a una comunidad interesada sobre los avances de determinado proyecto e incluso podemos pedir ideas, retroalimentación y ayuda de personas expertas.
- **Investigación:** Las listas pueden ser una gran fuente de datos, ya que un grupo de personas interesadas en el tema (generalmente “expert@s”) comparten en la lista una serie de materiales y opiniones que pueden ser de gran valor para una investigación. En las listas también se puede enviar un mensaje pidiendo cierto tipo de información o datos específicos. Generalmente, los miembros de una lista especializada están dispuestos a colaborar e incluso a aportar ideas sobre un documento o caso.

### ► **Qué aprendimos**

¿qué es una lista de correo electrónico?

¿cómo suscribirse y desuscribirse?

¿qué ventajas podría ofrecer a la organización?

¿qué requerimientos presenta para su implementación?

Algunas normas de comportamiento en este espacio virtual.

## **FOROS**

Un foro es un espacio dentro de un sitio web donde las personas pueden llegar a plantear temas para la discusión o participar en discusiones ya abiertas.

Los foros son muy utilizados por personas que no tienen tanto nivel de compromiso como para estar en una lista de correo, cuando lo deseen pueden entrar al foro y ver el o los temas propuestos, permitiendo además bajar los documentos que alimentan la discusión.

El foro es una herramienta que no está sujeta a un momento determinado, como sí lo puede estar una discusión en una lista de correo. La dinámica que se establece es asincrónica, yo entro al foro y otra persona pudo haber colocado un mensaje hace un mes y yo respondo hoy. Esta situación no afecta la función del foro.

Hay foros privados, públicos y, en algunos, sólo los miembros registrados pueden publicar sus comentarios. De este modo, la persona u organización que administra el foro tiene un registro de los datos de sus usuarios.

---

**Un foro entonces existe en el web, es una función de una página web, mientras que una lista existe en el correo electrónico, es una función del correo electrónico.**

► **¿Existe algún software similar a Mayordomo para manejar foros electrónicos?**

El software para foros existe en el servidor web, hay variedad de aplicaciones de foros porque es mucha la gente que tiene capacidad para desarrollar estos programas, pero poca gente tiene la capacidad de desarrollar software para el manejo de listas de correo, para esto se requiere un nivel técnico más complejo.

El programa que administra el foro va ordenando los temas propuestos en un árbol de temas, mensajes y respuestas de manera organizada y automática, no se necesita de un administrador que tenga que estar copiando, pegando y actualizando el directorio de mensajes, sino que el software del sitio web es el que realiza esta función.

En realidad el foro podría ser de mucha utilidad para darle mayor impacto al sitio web nuestras organizaciones, puede convertirse en una excelente fuente de captación de recursos para nuestro trabajo.

**A pesar de no ser tan utilizados como las listas de correo ¿por qué deciden las organizaciones implementarlos en sus sitios web?**

- Permite la participación de muchísima gente sin necesidad de comprometerla con respuestas prontas u otro tipo de restricciones que si se presentan en las listas de correo.
- No requiere el tener que abrir decenas de mensajes de correo electrónico, solamente se entra a la página web para revisar los temas contestando si se desea los mensajes de interés.
- Mantiene organizado en una página web una cadena de discusión compuesta por temas, opiniones y respuestas.

► **También presentan algunos inconvenientes:**

- se necesita un sitio web para su implementación, puede ser el de la propia organización o servicio gratuito, esto significa además conexión permanente mientras se está en la página del foro y el pago por el servicio al PSI.
- por lo anterior, no recibe tanta atención y tiempo de parte de los lectores/usuarios, pues consume conexión internet y servicio telefónico mientras se está en la página del foro. Por lo tanto, es más cara su implementación.
- A pesar de que no requiere de una persona que modere o administre como en las listas de correo, esto no exime a la organización de contar con el soporte técnico, humano y económico necesarios.

Recursos para foros:  
[www.melodysoft.com](http://www.melodysoft.com)

es un recurso en español que te da la posibilidad de tener foros gratuitos y muy fácil de usar.

Algunas fuentes de foros gratuitos:  
<http://www.latindex.com/gratis/tablon.es.htm>

► **Algunos usos estratégicos:**

- **Comunicación:** Aunque son menos utilizados, los foros pueden ser muy útiles si se trata de poner en discusión un documento o un tema determinado. Cada persona entrará al foro y escribirá sus comentarios en el momento en que le parezca más conveniente. La ventaja es que la persona tendrá tiempo de analizar el tema y planificar su respuesta, y luego publicarla fácilmente para compartirla con los demás. Los foros también deben tener un propósito determinado, un plazo definido para recolectar las respuestas o comentarios a cada asunto.
- **Promoción:** Al igual que las listas, proveen un espacio público para exponer el punto de vista de nuestra organización ante una comunidad interesada.
- **Investigación:** al igual que las listas, proveen un espacio para preguntar sobre un tema o para recopilar información ya publicada en el foro. También nos permite ponernos en contacto con un@ usuari@ específico@ por medio de correo electrónico.

► **Qué aprendimos**

¿Qué es un foro?

¿Diferencias entre foro y lista de correo electrónico?

Posibles usos estratégicos

**BUSCADORES**

Son programas informáticos comunmente llamados **máquinas de búsqueda** o **robots** desarrollados para buscar direcciones de páginas o sitios web en la Internet e indexarlas (registrarlas) con base en criterios previamente definidos.

Los buscadores son la forma más popular de buscar contenidos en la Internet. Muchas veces nos confunden porque nos remiten a miles de resultados por cada búsqueda que hacemos. Hay técnicas que permiten obtener resultados más acertados en los buscadores comunes, a esto se llama búsqueda estratégica. Los buscadores han extendido sus servicios y en algunos podemos buscar solamente imágenes, archivos de audio o documentos de un formato específico. Para entender la lógica de funcionamiento de los buscadores es mejor leer un artículo más detallado.

Algunas de estas máquinas o robots son:

[www.altavista.com](http://www.altavista.com)

[www.google.com](http://www.google.com)

[www.nicols.com](http://www.nicols.com)

► **Se puede decir que existen dos tipos sitios de búsqueda:**

- los motores de búsqueda
- los índices

Ambos son sitios de búsqueda pero con algunas diferencias:

**El índice** es un árbol temático donde un sitio o página web está ubicada y clasificada dentro de una gama de temas primarios, secundarios o también por servicios, tecnología, diversión, comunicaciones u otras áreas de interés o moda.

El **motor de búsqueda** lo que hace es buscar palabras sueltas dentro de todas de las palabras que están en el sitio web.

**¿cómo llegan los documentos a los buscadores?**

**¿cuál es el proceso que se ejecuta antes de que busquemos un sitio o tema particular?**

Se requiere llevar a cabo un proceso de registro que la propia organización debe hacer o solicitar. Por lo general, a este proceso se le llama servicio de promoción y antes de realizarlo la organización debe preparar una ficha técnica que describa en breve pero muy preciso el contenido del sitio.

Realizado el registro o promoción, el buscador ejecuta un proceso automático de reconocimiento del sitio web o página para que en un futuro aparezca en el catálogo de temas.

En el caso de los índices el proceso es similar, alguien tuvo que haber dicho “este sitio pertenece a este tema del directorio” del índice general y de nuevo, se ejecuta un proceso de reconocimiento para comprobar si realmente existe y luego incluirlo.

En el caso de **YAHOO** una persona es la que se encarga de revisar e incluir en el índice; realmente es un trabajo intenso.

► **¿Qué expectativas nos generan estos motores e índices? ¿nos ayudan realmente en nuestro trabajo de búsqueda de información?**

**Sí ...** sin buscadores o índices qué hacemos, no hay alternativa, los necesitamos para encontrar lo que es encontrable con los límites de nuestras habilidades para realizar las búsquedas y los límites del buscador para ofrecernos respuestas acertadas y precisas.

**Pero no todo es tan fácil ...** también nos saturan de datos, páginas, publicidad y gran cantidad de información que no es de nuestro interés. De hecho, una de las grandes desventajas que presentan estos sitios es que arrojan grandes cantidades de resultados, muchas veces imprecisos de lo que estamos buscando.

Otra desventaja es que no generan todas las páginas o sitios que existen sobre un tema, sino que muestran las que el buscador encontró, indexó y relacionó con las palabras indicadas.

Tenemos que tener presente, que no todas las páginas están registradas en estos buscadores y quizá éstas son las que contienen la información que necesitamos.

**YAHOO** es un índice  
**GOOGLE** busca  
palabras

Otra desventaja que no se puede dejar de mencionar tiene que ver con el conocimiento y desarrollo de destrezas que las mismas organizaciones deben poseer para realizar búsquedas. La práctica en cómo plantear estrategias de búsqueda es la que ayuda a las

organizaciones y personas a aprovechar más eficazmente este recurso.

**No olvidemos ... esto también incide sobre el tiempo y recursos de la organización.**

► **¿Cómo pueden nuestras organizaciones aprender a hacer búsquedas?**

- Hacer búsquedas significa tener acceso a Internet, máquina, conocimientos, recursos económicos y disponibilidad de tiempo.
- Conocer las potencialidades reales de los índices y motores de búsqueda.
- Conocer y entender el lenguaje de búsqueda y las alternativas que ofrecen las estrategias de búsqueda.
- Familiarizarse con las interfases de estos sitios, las instrucciones y pistas que ofrecen para hacer correctamente una búsqueda.
- Tener claridad sobre el tema de interés.

► **Uso estratégicos:**

- **Investigación:** Los buscadores son mucho más generales pero también son muy útiles para ubicar recursos, sondear la cantidad y variedad de información existente sobre un tema etc. Para utilizar los buscadores de forma estratégica lo mejor es aprender un poco sobre su funcionamiento y sus opciones avanzadas.

► **Qué aprendimos**

**Diferencias entre un motor de búsqueda y un sitio tipo índice**

**¿Cómo llegan los sitios a estos buscadores?**

**¿Qué necesitamos para saber utilizar estos buscadores?**



# Usos estratégicos de Internet para la Comunicación

## Sitios web

Llamamos Web a un sistema de información formado por páginas, que contienen texto y gráficos, unidas entre sí a través enlaces de hipertexto. En la web podemos leer, bajar información, publicar información e interactuar con otras personas usuarias.

**Entenderemos como Sitio web a un conjunto de páginas con unidad temática, de diseño, de contenido y, generalmente, alojado en un servidor bajo un mismo nombre de dominio. Un sitio está formado por varias páginas web.**

Una página web es una página individual, generalmente creada con el lenguaje HTML, que puede ser interpretada por un navegador, una vez que esté ubicada en un servidor web.

Para las personas que no tienen acceso a servicios web la navegación por medio de correo electrónico puede ser muy útil.	<b>Navegación de la web a través de correo electrónico</b>
Aprenda más en	<a href="http://www.bellanet.org/email-s.htm">http://www.bellanet.org/email-s.htm</a>

### **Algunos usos estratégicos:**

- **Promoción:** Un sitio web, bien planificado, puede ser una excelente herramienta para promocionar el trabajo que la organización realiza. Para esto es necesario una buena definición del público meta al que nos queremos dirigir. Una organización puede publicar en su sitio información sobre sus programas y actividades, cómo contactar a representantes de la organización, cuáles serán los próximos eventos o proyectos que llevarán a cabo, en qué forma puede el público colaborar con la organización y qué bienes y servicios se brindan a la población meta.
- **Publicación:** en el sitio web de la organización podemos publicar nuestros boletines periódicos, notas para la prensa, comunicados, resultados de investigaciones, documentos completos etc. También podemos publicar documentos varios, en otros sitios web especializados en este tipo de contenido. Al publicar información actualizada en el web tenemos la oportunidad de visibilizarla por medio de portales temáticos o regionales.

### **Direcciones web (Nombres de Dominio):**

Es el nombre que identifica un Sitio o Página web de la Internet. Todos los servidores que están conectados a la red, tienen como identificación un número, (IP Internet Protocol) y, a su vez, cada visitante necesita de este número para encontrar al otro servidor, en la red Internet. Es decir, que Usted puede entrar o abrir o conectarse a una página web digitando unos números en la barra de direcciones de su Navegador, pero sería difícil recordar los números de todas las páginas que usamos. Para eso, se creó el DNS (Domain Name System) sistema de nombres de dominio, regulado por una entidad internacional, ICANN (<http://www.icann.org/>). Cualquier persona puede registrar un nombre de dominio. Este procedimiento será explicado, con más amplitud, en la última parte de este documento, en el apartado de Planificación de Sitios Web.

Qué hay en un nombre y una dirección en Internet? <http://www.svnet.org.sv/ardirip.html>

### Qué es HTML?

HTML (*Hyper Text Markup Language*) es un lenguaje que permite describir hipertexto, es decir, texto presentado de forma estructurada y agradable, con *enlaces (hyperlinks)* que conducen a otros documentos o fuentes de información relacionadas, con *inserciones* multimedia (gráficos, sonido...) La descripción se basa en especificar en el texto la estructura lógica del contenido (títulos, párrafos de texto normal, enumeraciones, definiciones, citas, etc.), así como los diferentes efectos que se quieren dar (especificar los lugares del documento donde se debe poner cursiva, negrita, o un gráfico determinado). Luego, la presentación final de dicho hipertexto se realiza por medio de un programa especializado que interpreta este lenguaje (como Internet Explorer o Netscape).

HTML hecho realmente fácil <http://www.jmarshall.com/easy/html/spanish/>

## **Comercio electrónico**

Algunas empresas y organizaciones ofrecen bienes y servicios que se pueden comprar directamente en una página web, o con una combinación de recursos en línea y fuera de línea. La forma de pago más común es por medio de una tarjeta de crédito. La página web le indica, a la persona usuaria, los pasos a seguir para llevar a cabo una compra y, finalmente, le pide una autorización para proceder con el pago. Las “tiendas” en línea casi siempre se ubican en un “servidor seguro”, en el cual el vendedor garantiza que el número de tarjeta de crédito del comprador no será interceptado por un tercero. Es importante seguir ciertas medidas de precaución al comprar en línea. Muchas empresas solamente envían productos a direcciones de correo postal en Estados Unidos, la mayoría cobran una cantidad variable por los gastos de envío.

Sobre las compras en línea: <http://www.learnthenet.com/spanish/html/98shop.htm>

Directorio de compras en línea: <http://dmoz.org/World/Espa%F1ol/Compras/>

Peoplink: Esta organización implementó un esquema de comercio electrónico para vender productos de comunidades de países en desarrollo. <http://www.peoplink.org>

### **Algunos usos estratégicos:**

- **Intercambio de bienes y servicios:** Es una forma de vender y comprar bienes y servicios por medio de Internet. En este momento no se ha desarrollado mucho en Centroamérica por diversos factores. Muchas organizaciones no hemos podido implementar sistemas de comercio electrónico porque la inversión para establecerlo es muy elevada, especialmente para obtener un módulo de pago por tarjeta de crédito. Además, antes de pensar en vender un producto en Internet debemos conocer mucho más la dinámica de los consumidores en este medio: no todos los productos o servicios se pueden vender por Internet, y no siempre tenemos la capacidad de manejar un alto nivel de ventas, facturación y envíos seguros.

## **Bases de datos**

Las bases de datos se componen de información estructurada y almacenada en un archivo especial para ese propósito. Se crean de manera que la información pueda desplegarse rápidamente de forma flexible. Las bases de datos pueden albergar gran cantidad de información, y tienen la ventaja de que se pueden realizar búsquedas eficientes y rápidas a través de ellas. Hay formatos comunes para las bases de datos en web. Las bases de datos en otros lenguajes se pueden exportar a un formato para web, y por medio de la programación de la página se puede desplegar información contenida en una base de datos en una página web interpretada por un navegador.

Metabase: Base de datos bibliográfica de centros de documentación de Centroamérica  
<http://www.metabase.net>

Ceiba: Base de datos sobre organizaciones de la sociedad civil centroamericana  
<http://www.arias.or.cr/ceiba/>

### Algunos usos estratégicos:

- **Publicación:** Hay bases de datos sobre diversos temas y presentan diferentes formatos y grados de facilidad de uso. Pueden albergar gran cantidad de información. Si ubicamos una base de datos en web ampliaremos las posibilidades de acceder a los datos. Si la organización produce una base de datos útil para el público, trasladarla a una página web puede ser una gran idea.
- **Investigación:** para buscar información específica sobre un tema es más seguro encontrarla en una base de datos especializada. Así evitamos “perdernos” en los buscadores que nos muestran miles de resultados, cuando estamos buscando un dato específico. Por ejemplo, si estamos buscando información sobre nuestro país, es mejor buscar en una base de datos nacional, o en el archivo digital de un medio de comunicación nacional, que en un gran buscador global.

### Portales

Los portales son sitios web con diversos formatos, que reúnen gran cantidad de información de diversas fuentes sobre un tema o una región. Generalmente los portales se alimentan de la información que producen otros sitios web, y redirigen el tráfico hacia estos sitios.

**Un ejemplo:** OneWorld.net es el mayor portal en Internet en temas de derechos humanos y desarrollo sostenible. OneWorld destaca las noticias y documentos publicados en web por más de mil organizaciones alrededor del mundo. El sitio web de OneWorld recibe cientos de miles de visitas al mes. El portal redirige a las personas que están buscando información sobre estos temas a los sitios de las organizaciones. <http://www.oneworld.net/latinamerica>

### Algunos usos estratégicos:

- **Publicación:** Algunos portales nos permiten publicar nuestros materiales directamente en sus sitios web. Algunos portales solamente referencian la información que publicamos en nuestro propio sitio web. De todas maneras, los portales hacen una mayor inversión en tecnologías de búsqueda, publicidad, servidores, mantenimiento etc. , por lo que atraen mucho tráfico que puede ser redirigido a nuestro sitio web.

Portal de Investigación en la red	<a href="http://www.parainvestigar.com">http://www.parainvestigar.com</a>
Cómo buscar en Internet?	<a href="http://www.buc.unican.es/par/buscar/comobuscar.htm">http://www.buc.unican.es/par/buscar/comobuscar.htm</a>
Técnicas de búsqueda en web para periodistas	<a href="http://www.unav.es/fcom/guia/index_tecnicas.htm">http://www.unav.es/fcom/guia/index_tecnicas.htm</a>

## **Multimedia: Imágenes, animaciones, audio y video**

Cuando hablamos de publicación en Internet no queremos abarcar sólo la publicación escrita, sino también aprovechar las posibilidades que tenemos de publicar archivos de audio, video, ilustraciones, animaciones y fotografías. Los diferentes formatos nos permiten publicar la información de manera que las personas u organizaciones usuarias puedan ver, escuchar o leer el archivo, incluso podemos darles la posibilidad de que “baje” una copia de ese archivo o que comente sobre el archivo en la misma página web.

En cuanto a las imágenes que colocamos en el web, es necesario tener en cuenta conceptos técnicos de diseño gráfico, tamaño de los archivos, resolución de las fotografías etc. También es necesario que nos preguntemos si realmente introducir una animación elaborada o un sonido de fondo en nuestra página web corresponde con nuestros objetivos, nuestra imagen institucional y más importante aún, si es lo que nuestros usuarios están buscando en nuestra página web.

Si nuestra organización produce archivos de audio y video, puede ponerlos en línea con diferentes fines. Podemos hacer que las personas solamente escuchen o vean el archivo, podemos hacer que lo “bajen” a sus computadoras e incluso podemos permitir que las personas usuarias pongan sus propios archivos de audio y video en la red. Esto requiere una programación especial y un conocimiento de los formatos adecuados para transformar audio y video a un archivo digital, pero tomar los primeros pasos es relativamente fácil, si se cuenta con el software adecuado. También podemos publicar nuestros archivos de audio y video en otras páginas web, como en OneWorld Radio y OneWorld TV.

Las galerías de imágenes en web nos permiten poner imágenes de forma ordenada y agradable para que personas interesadas puedan verlas y utilizarlas. Pueden estar dentro de nuestra propio sitio web o alojadas en un servidor distinto. Algunos sitios ofrecen, de forma gratuita, la posibilidad de crear un álbum de fotos en línea, que podemos enlazar desde nuestra página web.

Audio y radios comunitarias en Internet	<a href="http://www.itrainonline.org/itrainonline/spanish/radio.shtml">http://www.itrainonline.org/itrainonline/spanish/radio.shtml</a>	
OneWorld Photo Channel	<a href="http://www.oneworld.net/media/gallery/">http://www.oneworld.net/media/gallery/</a>	
OneWorld Radio	<a href="http://www.oneworld.net/radio/">http://www.oneworld.net/radio/</a>	
OneWorld TV	<a href="http://www.oneworld.net/tv/">http://www.oneworld.net/tv/</a>	
Álbum de fotos en línea	<a href="http://www.sinrollos.com/">http://www.sinrollos.com/</a>	<a href="http://es.photos.yahoo.com/">http://es.photos.yahoo.com/</a>

## **Videoconferencias**

Se trata de un servicio que permite interactuar con otras personas, en tiempo real, por medio de escritura, pizarra, voz y video. La videoconferencia permite teclear mensajes que aparecen de inmediato en la terminal de otra persona. También permite cortar y pegar gráficos en una pizarra, puede usarse con voz, si se tiene un micrófono. Algunos programas permiten el uso de video con una cámara digital. La videoconferencia requiere que dos personas estén simultáneamente

conectadas a la Internet, usando el mismo programa y, en algunos casos, equipo especial. La velocidad de la máquina es importante

#### **Algunos usos estratégicos:**

- **Comunicación:** Cuando trabajamos con otras personas, y grupos, a distancia, las videoconferencias pueden ser de gran utilidad para coordinar acciones y discutir asuntos que requieren una conversación fluida.

Qué son las videoconferencias?

<http://www.universia.es/contenidos/cultura/videoconferencias/como.htm>

Cómo hacer videoconferencias con NetMeeting (Gratis)

<http://www.terra.es/informatica/articulo/html/inf2072.htm>

### **Mensajes instantáneos**

Los mensajes instantáneos son mensajes de texto que, a través de un pequeño programa de computación, permiten a la persona usuaria enviar mensajes a personas que están conectadas a Internet, en ese momento, con ese mismo programa. Muchos programas de mensajes instantáneos se pueden descargar, gratuitamente, de Internet. Su uso se ha ido popularizando por la conveniencia de poder enviar mensajes cortos, en tiempo real, a cualquier distancia y a cualquier hora. Algunos programas de mensajes instantáneos también permiten hacer llamadas telefónicas a la otra persona con la ayuda de un micrófono, o establecer contacto por medio de video, si se tiene una cámara digital.

#### **Algunos usos estratégicos:**

- **Comunicación:** Sirven para localizar, rápidamente, a personas que estén conectadas a la Internet, con el mismo programa, en el mismo momento. Son útiles si estamos a grandes distancias ya que son mucho más económicos que una llamada telefónica.

ICQ en Español

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

Yahoo! Messenger

<http://help.yahoo.com/help/es/mesg/use/>

MSN Messenger

<http://messenger.latam.msn.com/>

Mensajes instantáneos de América On Line

<http://www.aolamericas.com/aim/acercade.html>

HotVoice

[http://www.hotvoice.com/sp/support/faq\\_hvc.htm](http://www.hotvoice.com/sp/support/faq_hvc.htm)

### **Conversaciones de texto y voz**

Ya sea utilizando programas especiales, o por medio de una página web podemos acceder a una conversación, en tiempo real, con una o más personas, no importa dónde se encuentren. Los “chats” pueden representar un espacio valioso para reunirse y compartir opiniones, pero necesitan mucha planificación y reglas claras, si se trata de tomar decisiones. Algunas salas de chat permiten incorporar mensajes de voz (como el Yahoo! Chat). Hay compañías en Internet que ofrecen software y servicios para realizar llamadas telefónicas internacionales por medio de Internet.

Vale la pena evaluar las posibilidades que existen y la calidad de las llamadas si esto puede significar un ahorro en la organización.

#### **Algunos usos estratégicos:**

- **Comunicación:** Permiten comunicarnos con personas, o grupos, de forma instantánea, en tiempo real. Los chats de video y de voz requieren equipo especial como micrófonos o cámaras digitales. También es necesario que la conexión sea relativamente estable y veloz, para que la comunicación sea fluida. Los costos, comparados con una llamada telefónica, son muy bajos. Especialmente si se trata de comunicación de larga distancia. En el caso de los chats de texto, algunos permiten guardar en un archivo toda la conversación (para hacer minutas de una reunión en línea, por ejemplo). Las conversaciones en tiempo real deben ser muy bien planificadas y tener reglas claras para que la comunicación sea fluida y no todos los participantes intervengan al mismo tiempo.

Yahoo! Chat	<a href="http://chat.yahoo.com">http://chat.yahoo.com</a>
Chat de texto en español	<a href="http://www.irc-hispano.org/">http://www.irc-hispano.org/</a>
Teléfono por Internet	<a href="http://www.dialpad.com">http://www.dialpad.com</a>
	<a href="http://www.espanol800.com/net2phone.html">http://www.espanol800.com/net2phone.html</a>
	<a href="http://www.callserve.com/es/">http://www.callserve.com/es/</a>
	<a href="http://www.peoplecall.com/html/es/index.html">http://www.peoplecall.com/html/es/index.html</a>

### **Transferencia de archivos**

Compartir y bajar archivos es uno de los usos más populares de Internet. Ya sea por medio de un protocolo especial (FTP) o por medio del navegador, podemos descargar archivos completos a nuestra computadora o bien enviar los archivos que hemos creado a un servidor web, con el fin de publicarlos en Internet.

Navegando se pueden encontrar todo tipo de archivos para descargar en nuestras máquinas, desde una gran cantidad de software gratuito hasta libros completos, música, programas de radio, archivos de video etc. Algunos esquemas de distribución e intercambio de archivos han generado una gran polémica acerca de los derechos de autor. Tenemos que estar segur@s que contamos con los permisos y licencias para utilizar los archivos y documentos que bajamos de la red.

Un directorio para encontrar software descargable:	<a href="http://www.downloads.com">http://www.downloads.com</a>
Descargar libros completos:	
Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes	<a href="http://cervantesvirtual.com/">http://cervantesvirtual.com/</a>

El Aleph

<http://www.elaleph.com>

## FTP

FTP son las siglas en inglés de File Transfer Protocol, Protocolo de Transferencia de Archivos, uno de los protocolos más antiguos de la Internet. Por medio del FTP, se pueden recibir y enviar archivos a otras computadoras. Comúnmente, se llama "bajar" a recibir archivos, y "subir" a enviar los archivos. Estos archivos se subirán al servidor (una computadora) y, si están en formato .html o htm, podrán ser vistos por todo aquel que tenga una conexión a Internet y use un programa navegador (como Internet Explorer o Netscape). Generalmente, utilizamos el FTP para enviar nuestras páginas web al servidor donde las queremos alojar.

Manual de FTP

<http://www.sis.ucm.es/SIS/ftp.htm>

## **Páginas que calculan, procesan, responden...**

Estas páginas son aquellas que, por medio de programación especial, realizan cálculos, procesos y dan respuestas a las personas usuarias. Algunas de estas páginas nos pueden ahorrar tiempo.

Cálculo de diferencia de horas entre ciudades <http://www.worldtimeserver.com/>

Convertidor universal de monedas <http://www.xe.com/ucc/>

Traductor rápido entre varios idiomas <http://world.altavista.com>

Bancos en línea en América Latina [http://216.167.73.158/pages/Banks/Latin\\_America/](http://216.167.73.158/pages/Banks/Latin_America/)

Calculadoras estadísticas en web <http://www.lander.es/~cerro/calcu.html>

Cómo buscar trabajo en Internet <http://www.lalineacom/bolsas.htm>

## **Planificación de sitios web**

Para esta sección del taller encontrará en la carpeta de materiales una copia del Capítulo 9 del "Manual de Construcción de Sitios Web con Netscape Communicator", elaborado por Fundación Acceso, que usted puede bajar de la red en <http://www.itrainonline.org>

En este documento destacamos algunas preguntas clave que debemos tener en cuenta en cada paso.

- Definir el (los) objetivos del sitio

¿Para qué queremos desarrollar nuestro sitio? ¿Cuáles son las metas que queremos alcanzar con nuestro sitio web?

- Identificar las audiencias y poblaciones meta

¿Cuáles son las diferentes poblaciones meta o audiencias a las cuales nos queremos dirigir? ¿Qué grupos de personas queremos alcanzar con nuestro sitio web? ¿Tienen estas personas acceso a Internet y experiencia en el uso de herramientas de Internet?

- Definir el contenido y la estructura del sitio

¿Qué información vamos a poner en el sitio web? ¿Esta información ya existe o hay que producirla? ¿Qué servicios podría ofrecer nuestro sitio al usuario? ¿Qué nivel de interacción queremos establecer con nuestros usuarios? ¿Cuál va a ser la estructura de navegación? ¿Cómo se van a relacionar las páginas del sitio entre sí?

- Estilo gráfico de presentación

¿Qué tipo(s) de letra vamos a utilizar en el sitio web? ¿Qué colores utilizaremos y cómo? ¿Contamos con imágenes, ilustraciones, archivos de audio o video? ¿Qué íconos, botones y tipos de menú vamos a utilizar en nuestro sitio? ¿Qué tipo de navegadores, conexión a Internet y equipo tienen las personas a las que se dirige nuestro sitio?

Guía de estilo para sitios web. Se puede descargar en formato .pdf <http://www.webestilo.com/guia/>

- Construir las páginas y el sitio

¿Quién construirá las páginas web del sitio? ¿Con qué recursos técnicos y humanos contamos para esta etapa? ¿Necesitamos recursos especializados para construir algunas partes o la totalidad de nuestro sitio? ¿Tenemos un proveedor de servicios que pueda construir una página web de acuerdo a nuestro presupuesto?

- Probar y evaluar el sitio

¿Son los textos legibles? ¿Se despliegan adecuadamente las imágenes, video, sonido y animaciones? ¿Funcionan todos los enlaces entre las páginas? ¿Es fácil encontrar información en el sitio?

Método abreviado de evaluación de sitios web <http://www.w3aeiou.com/ranking/abreviado.htm>

- Registrar un dominio para ubicar el sitio

¿Con qué recursos contamos para esta etapa? ¿Qué tipo de dominio deberíamos registrar para nuestro sitio? ¿Es el nombre de dominio que hemos elegido fácil de recordar y adecuado para el contenido del sitio?

**Para registrar un dominio:**

Primer nivel (.com .net .org .edu)	<a href="http://www.internic.net/regist.html">http://www.internic.net/regist.html</a>
En Costa Rica (co.cr, or.cr, ac.cr)	<a href="http://www.nic.cr/">http://www.nic.cr/</a>
En Nicaragua (com.ni, org.ni, edu.ni)	<a href="http://www.ni/">http://www.ni/</a>
En El Salvador (com.sv, org.sv, edu.sv)	<a href="http://www.svnet.org.sv/">http://www.svnet.org.sv/</a>
En Honduras (com.hn, org.hn)	<a href="http://www.nic.hn/">http://www.nic.hn/</a>
En Guatemala (com.gt, org.gt, edu.gt)	<a href="http://www.gt/">http://www.gt/</a>

- Instalar el sitio web en el servidor

¿Cuenta nuestra organización con espacio en un servidor web? ¿Tenemos un proveedor de servicios que pueda alojar nuestro sitio web en un servidor, de acuerdo a nuestro presupuesto? ¿Contamos con los recursos humanos y técnicos para instalar el sitio web en el servidor?



Tipo de alojamiento	Características a tener en cuenta
Gratuito	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gratis!</li> <li>• Algunos ofrecen guías para construir el sitio web</li> <li>• Rápidos y fáciles de usar</li> <li>• No permiten usar su propio nombre de dominio</li> <li>• Espacio limitado</li> <li>• Capacidad limitada para manejar programación más allá de lo básico. Algunos son poco flexibles para cambiar el diseño de la página.</li> <li>• Puede haber problemas con la propiedad y el manejo de la información que se aloja en un servidor gratuito, no es recomendable poner información importante sobre la organización</li> <li>• Si se utilizan las guías en línea de construcción de páginas, se necesita un largo tiempo de conexión.</li> </ul>
Pagado/Servidor propio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio de acuerdo al presupuesto de la organización (desde US\$80 al año)</li> <li>• Cuentas POP para los usuarios</li> <li>• Nombre de dominio propio</li> <li>• Más posibilidades de utilizar opciones de programación</li> <li>• Capacidad para alojar bases de datos (según tamaño y tipo)</li> <li>• Se pueden modificar los archivos de forma local (desconectado) y luego conectarse para subirlos.</li> <li>• A veces está fuera de las posibilidades del presupuesto</li> <li>• Requiere conocimientos básicos para diseñar y transferir archivos de la máquina local al servidor</li> </ul>

- Medir el impacto del sitio

¿Cómo vamos a saber si nuestro sitio tiene un impacto, cuáles serán los indicadores? ¿Contamos con un sistema de estadísticas para el sitio web, podemos conseguirlo con nuestro proveedor de servicios? ¿Quién estará encargad@ de monitorear el impacto del sitio web?

Estadísticas gratuitas para el sitio web <http://www.ciberstats.com/> <http://www.latinstats.com/>

- Actualizar continuamente el sitio

¿Qué secciones vamos a actualizar y cada cuánto tiempo? ¿Quién será la persona encargada de realizar estas actualizaciones? ¿Contamos con los recursos técnicos y con los conocimientos básicos para actualizar nuestro propio sitio web?

Mantenimiento y actualización de un sitio <http://www.learnthenet.com/spanish/html/53maint.htm>

Otros enlaces útiles:

Recursos de tecnología y usos estratégicos de Internet para ONGs <http://www.itrainonline.org>

Recursos de tecnología para ONGs (Inglés) <http://www.techsoup.org>

Aplicaciones de Acción de APC <http://www.apc.org/actionapps/espanol/manual/index.htm>

Internet...para qué? <http://www.idrc.ca/>

#### ▼ **Algunos términos de uso común:**

Muchas veces nos sentimos confundid@s por la cantidad de términos que escuchamos acerca de Internet. Existen muchos recursos de aprendizaje, en Internet, para aprender cómo se traducen dichos términos y qué significan.

Glosario de términos sobre Internet

<http://www.itrainonline.org/itrainonline/spanish/glossary.shtml>

Computación, Internet y Correo Electrónico Básicos

<http://www.itrainonline.org/itrainonline/spanish/computers.shtml>