



Universidad  
Nacional  
de Rosario

Universidad Nacional de Rosario  
Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales  
Escuela de Comunicación Social



**Propuesta de sitio web para el Movimiento Solidario Rosario.**

**Un aporte para fortalecer su presencia digital.**

Tesina de Grado  
Licenciatura en Comunicación Social

Autora: **Clarisa Lago**

Directora: **María Inés Carreras**

---

## Resumen:

El presente proyecto de tesina tiene como objetivo la creación de una propuesta de sitio web para el Movimiento Solidario Rosario, una ONG con más de 15 años de trayectoria. Este portal busca servir como una plataforma de interacción y difusión de las actividades llevadas a cabo por la organización. A través de esta herramienta digital, se pretende facilitar el acceso a información sobre las iniciativas y campañas realizadas por el Movimiento Solidario Rosario, promoviendo la participación activa de la comunidad en acciones de ayuda y solidaridad. Asimismo, se busca fortalecer el impacto y alcance de las acciones de la organización, contribuyendo a promover valores de inclusión y solidaridad en la ciudad de Rosario y sus alrededores.

## Agradecimientos

A la [Educación Pública](#), que me ayudó a crecer en libertad.

A la [Universidad Pública](#), por su excelencia y por fomentar el pensamiento crítico.

A [mis viejos](#), porque sin su apoyo incondicional no hubiera sido posible.

# Índice

Introducción.....	6
Justificación.....	7
Objetivos de investigación.....	9
<b>Marco Teórico.....</b>	<b>10</b>
Sobre las organizaciones y organizaciones no gubernamentales.....	10
Hacia una definición de la Comunicación Estratégica.....	12
La Comunicación digital.....	15
La relevancia de la comprensión de los públicos.....	18
<b>Metodología.....</b>	<b>21</b>
<b>Acerca del Movimiento Solidario Rosario.....</b>	<b>24</b>
Su historia.....	24
La comunicación en el Movimiento Solidario.....	27
Motivaciones para el desarrollo de un sitio web.....	28
<b>Análisis de sitios webs similares.....</b>	<b>30</b>
<b>Análisis de Redes Sociales del MSR.....</b>	<b>33</b>
Hallazgos.....	37
<b>Proyecto Sitio Web.....</b>	<b>40</b>
Maqueta de diseño sitio web.....	41
Problemática.....	41
Objetivos comunicacionales.....	43
Públicos.....	43
Definiciones técnicas del sitio.....	44
URL.....	44
Tono y estilo.....	45

Paleta de colores y tipografía.....	45
Accesibilidad.....	46
Estructura.....	48
Navegación.....	50
Interactividad.....	50
Evaluación.....	51
Implementación del sitio web.....	52
Mockup.....	53
<b>Conclusiones.....</b>	<b>63</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>65</b>
Pauta de la entrevista.....	65
Entrevista.....	65
Análisis de redes sociales.....	75
Redacción de textos para la web.....	93
<b>Bibliografía.....</b>	<b>102</b>

## Introducción

La presente tesina se enmarca dentro de la perspectiva de la comunicación estratégica y tiene como objetivo la planificación y desarrollo de una propuesta de sitio web para la ONG Movimiento Solidario Rosario (MSR). El MSR es una organización social con más de 15 años de trayectoria en la ciudad, dedicada a promover la inclusión social y generar oportunidades para personas que viven en contextos de vulnerabilidad.

El propósito de este proyecto es diseñar un sitio web que permita al MSR fortalecer su presencia en la esfera digital, comunicar de manera clara y accesible su misión y proyectos, así como fomentar la participación y colaboración de la comunidad. A través de una estrategia de comunicación digital, se buscará potenciar la difusión de los valores y principios del MSR, creando una plataforma interactiva que impulse el compromiso y la acción de los usuarios.

Mediante el análisis de las necesidades, características y objetivos del MSR, se identificarán las funcionalidades y secciones claves que debe incluir el sitio web. Se prestará atención a la usabilidad, la estética y la navegación intuitiva para garantizar una experiencia positiva a los usuarios y facilitar el acceso a la información relevante sobre los proyectos y principios de la organización.

Además, se explorarán las tendencias actuales en el diseño web, se considerarán las mejores prácticas en cuanto a estructura de contenidos y se evaluarán las herramientas tecnológicas más apropiadas para implementar el sitio web del MSR.

Con este proyecto, se espera proporcionar al MSR una guía sólida para el desarrollo y la implementación de un sitio web coherente con su identidad y objetivos estratégicos. El nuevo sitio web permitirá al MSR ampliar su alcance, conectar con una audiencia más amplia y promover la colaboración y la solidaridad en beneficio de aquellos en situación de vulnerabilidad.

## Justificación

La ciudad de Rosario, al igual que muchas ciudades latinoamericanas, presenta un fuerte grado de desigualdad. Mientras las áreas privilegiadas cuentan con servicios, infraestructura diversa y movilidad, los distritos más pobres de la ciudad que conforman la periferia, se han convertido progresivamente en “enclaves de pobreza” concentrando los más altos índices de necesidades básicas insatisfechas, violencia, presencia de narcotráfico y economías delictivas.

Durante la última década, la ciudad de Rosario ha experimentado una alarmante crisis de violencia, evidenciada por una tasa de homicidios cuatro veces superior a la media nacional. Un informe del Observatorio de Política Criminal de la ciudad de Buenos Aires (2021), revela que Rosario se ha convertido en un enclave territorial controlado por un oligopolio conformado por la policía y las bandas narcocriminales, quienes ejercen un poder violento y en muchos casos con desenlaces fatales. Este fenómeno se atribuye a cambios en el consumo y la comercialización de drogas, la consolidación de una economía clandestina marcada por la violencia y una fuerza policial que lejos de llevar adelante un control efectivo, ha demostrado en innumerables casos ser cómplice y partícipe del problema. Los barrios periféricos son los más afectados por esta violencia, y la juventud se ve especialmente impactada por esta situación.

La labor del Movimiento Solidario Rosario se inscribe en este complejo entramado social y por ello resulta de una importancia insoslayable visibilizar y poner en valor acciones colectivas, que tienen como objetivo la transformación social, aportando al bien común al mismo tiempo que contribuyen a revertir los niveles de violencia y desigualdad en nuestra ciudad.

Es importante destacar que el Movimiento Solidario Rosario está experimentando diversos cambios en relación a sus prácticas como organización. Históricamente, se ha enfocado en brindar apoyo a personas en situación de calle, ofreciendo alimentos, contención y trabajando conjuntamente con distintos departamentos estatales para promover su inclusión social. Sin embargo, en los últimos tiempos, el MSR ha experimentado una transformación en sus acciones, centrándose cada vez más en acompañar y brindar asistencia alimentaria, acompañada de otras acciones solidarias a organizaciones comunitarias, como comedores y merenderos ubicados en distintos barrios periféricos. Asimismo, han comenzado a ofrecer

cursos de capacitación en oficios para promover el acceso al empleo, especialmente entre los jóvenes.

Estos cambios, trajeron consigo una transformación en cuanto a los objetivos y la proyección o misión de la organización, que aún se encuentran en construcción. Es en este momento de cambio donde el desarrollo de una nueva estrategia de comunicación se vuelve necesaria. No sólo para acompañar este proceso sino fundamentalmente para contribuir activamente a la refundación de las prácticas sociales de la organización y con ellas, su misión y objetivos.

Por otra parte, asistimos hoy a un nuevo contexto: la conformación de un nuevo tipo de sociedad surgida de una nueva infraestructura de la información que trajo aparejado profundos cambios en las relaciones sociales. La tecnología hoy ya no es una herramienta más de la vida cotidiana, sino que es una capa constitutiva de la experiencia humana, y ha generado cambios en las subjetividades y las relaciones sociales drásticamente.

En este sentido, se volvió imprescindible para cualquier proyecto social, político, económico, cultural, artístico, etc, el desarrollo de una identidad dentro del espacio virtual y la gestión de los procesos comunicacionales. Es decir, contar con un plan de comunicación que permita delinear acciones para visibilizar sus prácticas y ponerlas en diálogo con el público al cual se pretende llegar.

Si entendemos que lo que identifica a un proyecto social es, sobre todo, su objetivo de “cambio social”, es decir el aporte de la organización civil en pos de una sociedad más justa y equitativa, tanto en términos simbólicos como materiales, es clave generar conversaciones con el resto de la sociedad. Porque no se trata de informar, sino de transformar. En este sentido, el sitio web se vuelve un espacio privilegiado para pensar una estrategia de comunicación que promueva el diálogo, la participación y fortalezca a su vez el vínculo entre la comunidad y la organización.

Al tratarse de una tesina de producción cuya acción final será la realización de un sitio web para la organización mencionada, creemos necesario establecer dos tipos de objetivos o momentos que guiarán la realización de la misma. Diferenciaremos así entre objetivos de investigación y objetivos para la organización.

Los primeros ordenarán el trabajo de campo y aportarán a la realización de definiciones para la producción propia del sitio. Los segundos incluyen las metas que nos proponemos

con el producto y serán establecidos en otro capítulo junto a una estrategia de comunicación más amplia para Movimiento Solidario Rosario.

A continuación explicitamos los objetivos de investigación:

## Objetivos de investigación

### Objetivo general:

Desarrollar una estrategia de comunicación que incluya el diseño de un sitio web propio de la ONG Movimiento Solidario Rosario.

### Objetivos específicos:

- Reconocer las lógicas comunicacionales de los actores involucrados en la organización.
- Analizar los procesos y acciones comunicacionales implementadas por la organización en medios digitales.
- Indagar los públicos que interactúan con la organización y reconocer sus principales características.

# Marco Teórico

## Sobre las organizaciones y organizaciones no gubernamentales

Para el desarrollo de este trabajo, comenzaremos definiendo el concepto de organización que resulta clave para el análisis del tema propuesto.

En palabras de Fernando Flores, podemos decir que “las organizaciones no son meras instituciones o burocracia, sino que son fenómenos políticos” (Flores, 1994, p.39), y propone mirar las organizaciones como redes recurrentes de compromisos humanos que pasan por el lenguaje. Es decir, como un lugar donde se producen conversaciones. “Las conversaciones son fenómenos sociales en los cuales se realiza el trabajo, esto es, se toman acciones, se hacen juicios y se abren y cierran posibilidades.” (Flores, 1994, p. 64).

Las organizaciones son el punto de encuentro de individuos que cooperan para la satisfacción de deseos individuales y/o colectivos. Entendemos también que no son espacios estáticos o estables, sino por el contrario son lugares dinámicos, en constante movimiento.

En concordancia, Silva Comba (2008) plantea mirar las organizaciones como “fenómenos políticos”, ya que es en el ámbito de las conversaciones donde se despliega el poder entendido como la capacidad para generar acuerdos. Las organizaciones crecen a partir del aumento de su capacidad de generar acuerdos, de generar compromiso social.” (p.59)

Las organizaciones no “son”, sino que devienen. Y se construyen permanentemente a través de sus acciones, decisiones, relaciones, que producen transformaciones. El lenguaje es constitutivo de las mismas, ya que posibilita compromisos y acuerdos entre los distintos actores sociales que la conforman.

Para explorar los conceptos de organizaciones de la sociedad civil (OSC) y organizaciones no gubernamentales (ONG), no encontramos fuentes académicas que los desarrollen en

profundidad. Por esta razón, recurrimos a artículos y publicaciones elaborados por las propias organizaciones e instituciones.

Jorge Balbis, (2001) en su artículo publicado en el sitio web de la UNESCO, señala que existe un cierto consenso entre investigadores y dirigentes sociales sobre el concepto de las OSC como entidades que presentan las siguientes características (p.15):

- Son organizaciones institucionalizadas (estructura organizacional, independientemente de toda formulación jurídica particular);
- Son privadas (estructura separada del Estado y de la administración pública) aunque pueden aplicar para recibir apoyo económico de los gobiernos);
- Sin fines de lucro (los beneficios y/o capital producto de sus operaciones, es reinvertido y destinado al cumplimiento de su misión específica y no distribuido entre sus miembros);
- Disponen de sus propios órganos de gobierno, mantienen autonomía y control de sus propias acciones;
- No tienen fines religiosos ni políticos.

La Asociación Civil Comunia, dedicada a incidir en procesos de transformación social desde la comunicación, sostiene que las organizaciones de la sociedad civil, son una “red de asociaciones independientes de ciudadanos que defienden sus derechos y reconocen sus propias responsabilidades en el complejo, rico, heterogéneo y desafiante proceso de resolver los problemas e intereses comunes y alcanzar las aspiraciones colectivas.” (p.21, 2012).

Las OSC incluyen un universo amplio de organizaciones sociales que tienen un objetivo, misión y visión que constituyen su identidad, las cuáles realizan prácticas o proyectos no lucrativos que buscan aportar al bien común. Las mismas están conformadas por individuos que pueden trabajar tanto de manera voluntaria como con retribución monetaria. Lo que identifica a una OSC es, sobre todo, su objetivo de cambio social. Es decir, son organizaciones cuyos objetivos son atender problemáticas sociales, contribuir al bienestar, transmitir valores y reflexionar acerca de la sociedad.

Por su parte las ONG, son un grupo específico de organizaciones dentro de las OSC, que “diversos autores han intentado diferenciar dentro del conjunto de las OSC como ONGs a aquellas entidades dedicadas a promover y realizar proyectos de desarrollo que favorezcan a los sectores más desprotegidos económica y socialmente. Sin embargo, estas mismas

definiciones cambian de un país a otro” (Balbis, 2001 p.18). Asimismo, es posible identificar algunos denominadores comunes en todas las definiciones de las ONGs. Entre ellos, se destaca que no forman parte del gobierno, que enfocan su labor en los sectores más vulnerables y que su objetivo principal es mejorar las condiciones de vida de las comunidades atendidas, sin perseguir fines de lucro.

Estas definiciones resultan valiosas en el contexto del desarrollo de la web para el Movimiento Solidario Rosario, ya que no sólo enriquecen nuestra comprensión del carácter y el propósito de las organizaciones y las ONG, sino que también nos permiten situar adecuadamente la entidad dentro del marco conceptual necesario.

En este sentido, consideramos que el Movimiento Solidario Rosario se identifica dentro de este último conjunto de organizaciones debido a su carácter autónomo y sin fines de lucro. Su labor está dirigida hacia los grupos más vulnerables de la sociedad y su misión principal es promover nuevas oportunidades que mejoren las condiciones de vida de estas comunidades. Esta percepción es compartida y respaldada por sus miembros, quienes consideran y reconocen al Movimiento Solidario como una ONG.

De esta manera, buscamos que la página web refleje su esencia y objetivos, y contribuya efectivamente a su causa y misión.

## Hacia una definición de la Comunicación Estratégica

Sobre el concepto de comunicación partimos de la idea de pensarla como un fenómeno complejo y fluido. Sandra Massoni afirma que:

“Una estrategia de comunicación es, para nosotros, un proyecto de comprensión, un principio de inteligibilidad que busca abordar a la comunicación como fenómeno complejo y fluido. Complejo, en tanto presenta múltiples dimensiones (por ejemplo, informativa, ideológica interaccional, sociocultural); fluido porque la dimensión comunicativa es una dimensión intermedia y como tal, convoca un cierto movimiento, se ubica siempre a medio camino entre el fondo y la forma. No se nos presenta como lo dado, sino más bien como una inteligibilidad que resolver.” (Sandra Massoni, 2005, p.4.)

Podemos comprender a la Comunicación Estratégica como una perspectiva teórica-metodológica capaz de movilizar y transformar el entramado sociocultural en torno a un problema o tema existente.

Se la entiende como una estrategia de intervención que busca promover procesos de cambio en los distintos grupos y sectores. No se pretende en este sentido pensar el rol del comunicador como un experto, que llega desde afuera para brindar soluciones o imponer verdades absolutas. Por el contrario, se trata de propiciar el encuentro, la puesta en común, privilegiando la escucha y promoviendo la circulación de la palabra horizontalmente para que todos los actores que componen dicha organización sean partícipes protagónicos de éste proceso. Construir consensos, miradas comunes, que identifiquen al colectivo, más allá de las individualidades, en pos de objetivos y metas comunes.

Asimismo, consideramos la comunicación como inseparable de la acción. Washington Uranga sostiene:

“Comunicación y acción son inseparables en la realidad del sujeto y en las prácticas sociales de los grupos, de las organizaciones y de las comunidades. Por este motivo la comunicación para el cambio social es una tarea que involucra y compete a todos los actores, sujetos individuales y colectivos, al ámbito concreto que estos se desempeñan y al contexto en el que el propio ámbito y los actores se encuentran insertos” (Uranga, 2005, p.2).

No basta con la puesta en común o el diagnóstico, sino que toda estrategia de comunicación implica la implementación de diferentes acciones o, mejor dicho, un plan de acción. Y es a través de nuestras acciones que vamos configurando modos de comunicación, al mismo tiempo que en la forma en que comunicamos nuestra acción (el medio, lenguaje elegido, el tono, etc), constituimos el sentido de la misma.

Nos interesa traer aquí también el concepto de prospectiva estratégica de la comunicación que plantea Uranga, entendido como “una metodología que se pone al servicio de los actores sociales para la construcción colectiva de futuro”:

“Utilizando al futuro como punto de partida del proceso para darle espacio a los sueños y deseos. Pero luego nos remitimos a procedimientos estratégicos para consolidar la propuesta de planificación. Todo ello está atravesado desde una perspectiva o mirada comunicacional, como impronta desde la cual y en torno a la cual desarrollamos nuestra tarea.” (Washington Uranga, 2008, p.39).

Proponer el futuro como punto de partida nos invita a pensar y proponer horizontes posibles hacia los cuáles queremos llegar como colectivo. En este sentido, la idea de cambio social atraviesa fuertemente tanto la mirada comunicacional como la organización social en sí. Si la misión de la organización consiste en la transformación social, resulta oportuno abordar cuál es la idea o imagen del futuro deseado. Abriendo la posibilidad de esta manera de trazar un camino o mapa para caminar hacia él, y fundamentalmente, para visibilizar y poner en valor prácticas actuales que impulsen la esperanza de un mañana diferente. Por lo tanto, nos proponemos crear propuestas portadoras de futuro, entendidas como anticipos de ese futuro deseado, que sean capaces de convidar un mañana distinto desde el presente.

Es importante para la realización de este proyecto de tesina, la manera en que Uranga (2008) entiende “la gestión de procesos comunicacionales como un conjunto complejo de acciones y procedimientos que engloban el diagnóstico, la planificación, la ejecución y la evaluación. Se trata de un todo integrado en la acción que muchas veces es difícil de diferenciar en la misma práctica, pero que necesitamos distinguir a los fines metodológicos y pedagógicos.” (p.36).

En primer término, el diagnóstico comunicacional, nos permite reconocer las prácticas sociales hacia adentro de una organización, logrando obtener conocimientos sistemáticos sobre las mismas. De esta manera, nos proponemos identificar, no sólo fortalezas y debilidades, sino también marcas identitarias y signos portadores de futuro, que serán retomados al momento de realizar la planificación. Ésta última, entendida como el momento estratégico, dónde se trabaja en la definición de objetivos, criterios políticos y diseños de proyectos, destinados a generar modificaciones en los procesos comunicacionales que promuevan cambios positivos en la organización.

Por último, la ejecución (la puesta en marcha de los proyectos) y la evaluación. Con respecto a la evaluación, nos referimos a sostener una actitud reflexiva y crítica de nuestra práctica, durante todo el proceso y no sólo en la etapa final. Dando la posibilidad de esta manera, de reorientar o re adecuar el diseño realizado previamente, adaptándolo a las condiciones cambiantes del contexto.

El enfoque de la perspectiva de la comunicación estratégica, proporciona herramientas conceptuales y metodológicas para abordar el diseño y desarrollo del sitio web como una estrategia de intervención comunicativa. Al entender la comunicación como inseparable de

la acción y como una herramienta para promover el cambio social, podemos concebir la página web no solo como un medio de difusión de información, sino como una plataforma activa para la movilización y la participación ciudadana en torno a los objetivos y causas del Movimiento Solidario Rosario.

En este sentido, la planificación estratégica del sitio web, desde el diagnóstico hasta la evaluación continua, nos permite diseñar una plataforma que responda a las necesidades y expectativas de la organización y su comunidad, y que sea capaz de adaptarse y evolucionar en función de los cambios del contexto y los desafíos que se presenten.

## La Comunicación digital

A continuación, interesa resaltar también y teniendo en cuenta los fines de este trabajo, por qué buscamos construir una estrategia de comunicación digital que privilegie el diseño un de un sitio web para el Movimiento Solidario Rosario. Decíamos anteriormente que las nuevas tecnologías son una capa constitutiva de la experiencia humana y el ciberespacio se ha convertido en un espacio masivo para la interacción de nuestras sociedades. La tecnología es hoy una fuerza que opera sobre los procesos sociales y, de alguna manera, ha generado la ampliación del espacio público hacia el espacio virtual, transformado la vida política en su conjunto.

“El ciberespacio, no sólo es la plataforma tecnológica de unas cada vez más ampliadas relaciones económicas sino también un soporte de intercambio de formas simbólicas que contribuyen a conformar nuevas comunidades de sentido. Estos espacios ampliados de relaciones vienen a complejizar aún más el entramado de diferentes tipos de interacciones sociales en las que participan los individuos desde los inicios de la modernidad.” (Thompson y Galindo Cáceres, en Rost 2006. p.13)

En este sentido, Rost sostiene que la red:

“Supone un modelo de comunicación dialógico, de interacciones simbólicas multidireccionales, en el que emisores y receptores pueden jugar roles intercambiables. Por último, el entorno digital implica una nueva retórica discursiva caracterizada por un tejido de conexiones textuales múltiples –el hipertexto-, capaz de integrar además diferentes morfologías de la información –la hipermedia.” (Rost 2006. p.14)

Para el abordaje de este proyecto se vuelve necesario describir las principales características que configuran el nuevo lenguaje que predomina en el ciberespacio que, según Ramón Salaverría (2004) se compone principalmente tres elementos: Hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

Para Salaverría (2004), la hipertextualidad es entendida “como la capacidad propiciada por la red de organizar estructuras discursivas, lineales y no lineales mediante unidades de contenido multimedia (texto, imágenes, y/o sonidos). Y agrega también que “el verdadero aprovechamiento del hipertexto implica aprender a disponer de manera estratégica las unidades de contenido o nodos para articular un discurso coherente, completo y hasta múltiple” (Salaverría 2004. P. 41).

Consideramos entonces el hipertexto como una forma de construir un discurso multilineal, donde se entrelazan distintos bloques de textos digitales. De esta manera, la hipertextualidad se presenta como una apertura de posibilidades, permitiendo que cada usuario pueda decidir y diseñar su propio recorrido dentro de la web. Si bien el creador del contenido de una página web ofrece una propuesta, la definición final queda en manos del usuario.

En concordancia, Rost (2003) afirma que el hipertexto ideal, definido como aquél que permite amplificar la intertextualidad, ofrecer nuevas formas de acceso a los contenidos, favorecer la participación interactiva y, por tanto, dar un mayor poder al lector en la construcción de la actualidad (P.170).

Sobre el concepto de multimedialidad, podemos decir que se entiende como la capacidad de articular formas de expresión o lenguajes que históricamente han sido tratados de manera autónoma (el texto, la imagen, el sonido, etcétera) e integrarlos en un discurso común y de una manera coherente. Esta sinergia fue posible gracias a las nuevas plataformas web, que han impregnado esta lógica en todos los sitios de internet.

El periodismo digital tiene la posibilidad de proporcionar contenidos utilizando toda una variedad de códigos: textos, fotografías, audios, vídeos, infografías animadas y dibujos interactivos. Esta expresión multimedia de la información, integrada a través de distintos enlaces hipertextuales, simula más directamente la percepción multidimensional que tienen los individuos en la experiencia directa de los acontecimientos (Rost 2006. P.152).

Históricamente, los medios masivos como la radio, la televisión y la prensa han sido predominantemente monológicos, donde los lectores, espectadores u oyentes consumían pasivamente la información sin tener muchas posibilidades de participar o interactuar. Sin embargo, con la llegada de Internet, se introdujo un elemento que no solo modificó las reglas del juego, sino que también generó un cambio fundamental en la forma en que consumimos información: la posibilidad de la interacción.

Definimos a la interactividad como una capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación de darle un mayor poder a sus usuarios/lectores en la construcción de la actualidad ofreciéndole tanto posibilidades de selección de contenidos como de expresión y comunicación. (Rost 2006. p.15)

También resulta necesario abordar diferentes conceptos acerca de la estructura de la página web, que servirán de guía a la hora de desarrollar este proyecto. En primer lugar, la arquitectura de la información en un portal, muestra todas las posibles rutas de lectura disponibles para los lectores del medio. Constituye el entramado general que enlaza las distintas unidades de redacción presentadas.

Rost (2003) propone tres tipos de estructuras hipertextuales para el periódico digital, que presentan diferencias significativas en cuanto al recorrido del usuario. Estas estructuras nos brindan diversas formas de construir y definir qué tipo de portal deseamos desarrollar y cómo se relaciona con el usuario.

Estructura jerárquica: “la estructura jerárquica presenta un nodo principal del que se desprenden otros secundarios, y a su vez de éstos, surgen otros todavía menos importantes” (p.171.)

Estructura en red: “en una estructura de este tipo no existen jerarquías: no hay nodos principales y nodos secundarios debido a que cualquiera de ellos puede estar enlazado con otro” (p.172).

Estructura mixta: “combina una estructuración jerárquica con otras posibilidades de navegación horizontal. El lector se enfrenta con una estructura vertical que lo orienta y ordena entre los contenidos, pero, al mismo tiempo, cuenta con alternativas de exploración” (p.174).

Cada una de estas variantes ofrece diversas formas de interconectar la información y proporciona experiencias de navegación diferenciadas para los usuarios. Este aspecto

resulta fundamental, ya que la accesibilidad y la facilidad de navegación de un sitio web son determinantes para la vinculación que los usuarios generen con el sitio. Al respecto, Llorés y Granollers (2003) sostienen que:

Dicha Usabilidad aporta el enfoque imprescindible para que las páginas de una empresa o entidad tengan el suficiente atractivo como para que el visitante no sólo se quede y las visite, sino que regrese en el futuro. Para ello el diseño de las páginas, sus funciones, mensajes y contenidos deben estar diseñados e implantados para que lo pueda usar cualquier persona (Llorés y Granollers 2003. p. 3).

La idea de usabilidad nos motiva a diseñar una interfaz para nuestro sitio web centrada en el usuario, de modo que pueda navegar de manera intuitiva, promoviendo la facilidad de uso y buscando generar una experiencia positiva. De lo contrario, corremos el riesgo de la deserción ya que un portal complejo de navegar, donde resulte difícil encontrar la información buscada, o parezca incomprensible, puede resultar frustrante para quien lo recorra y determinar su regreso o no a la plataforma.

En síntesis, pensar la arquitectura de la información de una página web implica tomar decisiones fundamentales que no pueden ser aleatorias o espontáneas. Estas elecciones deben hacerse desde la perspectiva del usuario y deben estar fuertemente guiadas por el concepto de usabilidad.

## La relevancia de la comprensión de los públicos

A raíz de todo lo desarrollado anteriormente, consideramos de vital importancia conocer y caracterizar de la manera más precisa y detallada posible a nuestros usuarios, que en materia de comunicación digital llamaremos públicos:

La noción de Público es uno de los pilares básicos en el ámbito del Marketing, de la Publicidad y de las Relaciones Públicas, y se lo reconoce como tal, siendo tratado en la mayoría de los libros y artículos sobre estos temas. Tanto los investigadores como los profesionales del sector ponen diariamente de manifiesto la importancia que tienen para las organizaciones el conocer y definir adecuadamente los públicos con los que se relacionan, sus públicos. (Capirotti, 1999, p. 35)

Caracterizar al público a quien pretendemos dirigirnos y lograr un extenso conocimiento del mismo, se vuelve clave para lograr una mayor precisión a la hora de definir el tipo de mensaje, de contenido, lenguaje y el tono del diálogo que utilizaremos en el desarrollo de las distintas piezas o acciones comunicacionales.

Si bien los públicos son entidades dinámicas que pueden cambiar sus intereses, comportamientos y su relación con una organización, también es válido considerar que cada organización cuenta con una estructura de públicos relativamente estable, la cual se ve influenciada por la organización y, a su vez, influye en ella.

Así, podemos definir al público como un conjunto de sujetos (personas o entidades) que tienen unos intereses y objetivos específicos propios con respecto a una entidad, y que pueden afectar o ser afectados por ella. En ese sentido, no se tomarán a los públicos como grupos pasivos con unas determinadas características socio-demográficas, sino que serán considerados como grupos activos que generan una interacción o relación específica con una organización. (Oliveira en Capriotti 2021. P 141)

De esta manera, se vuelve de vital importancia reconocer cuales son los públicos con los que la organización se relaciona y sus principales características. Para ello, Capriotti (2021) plantea un proceso de análisis que implica una serie de etapas.

En primer lugar, la medición es esencial para identificar y comprender a los diferentes públicos con los que una entidad se relaciona. Esta fase incluye una serie de técnicas de medición que permitan la identificación de los públicos, la descripción detallada de sus características y la determinación de sus redes de influencias. La recolección de esta información nos permite construir o establecer un perfil actual de nuestro público.

La segunda etapa es la interpretación, en la que se analizan y evalúan los resultados obtenidos en la medición. Se determina la relevancia y orientación de cada público según su impacto en la entidad, lo que permite elaborar una valoración general para identificar los públicos clave y aquellos que necesitan atención especial. Por último, se realiza un diagnóstico de la situación actual de cada público.

Este proceso busca proporcionar una comprensión profunda de los diferentes grupos que se relacionan con la entidad, permitiendo la toma de decisiones informadas y estratégicas para la gestión de comunicación y las acciones a desarrollar.

En este sentido, explorar a fondo nuestro público objetivo otorga herramientas para tomar decisiones estratégicas y fundamentadas para el desarrollo de la página web, permitiendo adaptar el contenido, mensaje, lenguaje y tono de nuestras acciones comunicativas según las necesidades y características específicas de nuestro público.

# Metodología

Este trabajo se enmarca predominantemente dentro del paradigma metodológico cualitativo. La metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido “a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas habladas o escritas y la conducta observable” (Taylor y Bogdan, 1984, p. 20). En sintonía, Weinerman y Sautu (2011) afirman que “las metodologías cualitativas son apropiadas cuando el investigador se propone investigar la construcción social de significados, las perspectivas de los actores sociales, los condicionantes de la vida cotidiana o brindar una descripción detallada de la realidad” (p 73).

El enfoque cualitativo está centrado en los sujetos, y nos permite indagar en la comprensión de la complejidad, a partir del punto de vista de los actores sociales involucrados. Sin embargo, entendemos pertinente para el abordaje de esta investigación, la realización de una triangulación metodológica, entendida como “la aplicación de diversos métodos en una relación mutua explícita que son aplicados a los mismos objetos, fenómenos y situaciones” (Denzi y Fielding en Irene Vasilachis de Gialdino, 1993, p.67).

En nuestro trabajo realizamos un diagnóstico y posteriormente una estrategia de comunicación. El diagnóstico se realizará a partir de dos técnicas de recolección de datos: el cuestionario abierto y la etnografía virtual.

Un cuestionario abierto es una herramienta de investigación que se caracteriza por permitir respuestas abiertas y detalladas por parte de los participantes. Permite averiguar, mediante encuentros cara a cara con los/as actores sociales claves, en este caso referentes de la organización, hechos no observables como opiniones, valoraciones y emociones, y obtener información profunda y detallada. A partir de esto, buscamos reconocer dinámicas comunicativas arraigadas en la organización, marcas identitarias y signos portadores de futuro.

Para ello, se llevará a cabo una entrevista con Ricardo Camarasa, fundador del MSR y actual Presidente de la Asociación Civil. Creemos que su participación nos permitirá acceder a información de primera mano y explorar aspectos cruciales para este proyecto, tales como la trayectoria de la ONG, sus acciones, su misión y sus proyecciones a corto y mediano plazo, entre otros aspectos de importancia.

Por otro lado, la etnografía virtual, es una metodología de investigación que adapta los principios de la etnografía tradicional al estudio de comunidades y comportamientos en línea. Se centra en observar, comprender y documentar la interacción y las prácticas culturales de individuos y grupos en entornos digitales, como redes sociales, foros, sitios web, entre otros. Esta metodología es ampliamente utilizada para investigar la cultura digital, la identidad en línea y las dinámicas de las comunidades virtuales.

En su libro “Etnografía virtual” (2000), Hine propone a la etnografía como una metodología propicia para estudiar los fenómenos en Internet, ya que puede servir para explorar las complejas interrelaciones existentes sobre las tecnologías en diferentes contextos, como el hogar, el trabajo, entre otras. “Una etnografía de Internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de la tecnología” (p.13).

En primer lugar, consideramos que explorar y analizar sitios web de otras organizaciones sociales puede resultar de relevancia para este proyecto, porque proporciona una visión amplia y diversa de las estrategias de comunicación y diseño utilizadas en el ámbito de las ONG (ver análisis de sitios similares). Al estudiar estos sitios, podemos identificar tanto aspectos positivos como negativos que podrían influir en nuestro proyecto. Por un lado, podemos aprender de las mejores prácticas y enfoques utilizados por otras organizaciones, y por otro, podemos detectar posibles desafíos o problemas que debemos evitar en el desarrollo de nuestro propio sitio web para el Movimiento Solidario Rosario.

En segundo lugar, se observará la actividad de la organización en las distintas redes sociales para conocer sus formas de identificarse ante otros y los modos de interacción, con el objetivo de indagar sobre los usos, acciones y estrategias implementadas.

Se empleará también el conjunto de métricas disponible en cada red social como herramienta para profundizar y enriquecer este análisis. Esto permitirá indagar con mayor detalle los públicos de la organización y sus características principales. Cada plataforma proporciona una variedad de indicadores que posibilitan la obtención de datos demográficos de los seguidores y la evaluación del impacto de las estrategias de comunicación, considerando las interacciones generadas en un período de tiempo específico.

En este sentido, se llevará a cabo un análisis de la actividad registrada en los perfiles de las redes sociales de la organización en Instagram y Facebook durante los últimos 3 meses. Este análisis se centrará en la evaluación de las siguientes variables:

**Variables Cuantitativas:**

- Formatos utilizados en las publicaciones
- Alcance de las publicaciones
- Interacciones generadas por las publicaciones

**Variables Cualitativas:**

- Tono y estilo de la comunicación en las publicaciones
- Identificación de los mensajes clave transmitidos

Además, con el propósito de obtener información demográfica sobre su público, se considerarán factores como la cantidad de seguidores, sus rangos de edades y ubicación geográfica en el momento de llevar a cabo este análisis. Esto nos permitirá comprender mejor el perfil de la audiencia en las redes sociales.

Estas técnicas de recolección de datos, el cuestionario abierto y la etnografía virtual, buscan elaborar un diagnóstico pormenorizado de las lógicas comunicacionales presentes en la organización, reconociendo las principales características de sus públicos y las maneras más virtuosas y efectivas de interacción.

A partir de la construcción del diagnóstico, se dará paso al momento de la planificación estratégica con el fin de promover cambios positivos y potenciar los procesos comunicacionales del Movimiento Solidario Rosario. Se establecen los objetivos del proyecto del sitio web, identificando actores sociales claves hacia quienes nos dirigimos, y definiendo mensajes claves, tonos, contenidos y formatos.

Esto último tendrá una instancia de presentación y revisión junto a la organización, para generar acuerdos y criterios comunes que guíen la ejecución del proyecto: diseñar la estructura de la página web y desarrollar su contenido, así como el calendario de actividades y los resultados esperados en cada etapa.

# Acerca del Movimiento Solidario Rosario

## Su historia

El Movimiento Solidario Rosario, se conformó el año 2009, a partir de un grupo de jóvenes que decidió organizarse para ponerse en acción, a través de actividades solidarias que promueven el trabajo colectivo mientras que fomenten la inclusión, llegando a personas atravesadas por diferentes problemáticas socioeconómicas.

A partir de esta premisa, la organización inició su trayectoria recibiendo donaciones y reuniéndose en distintas casas de voluntarios, para cocinar y preparar viandas destinadas a personas en situación de calle. Iniciaron las *recorridas nocturnas*, formando grupos y asignando zonas de la ciudad, para salir a convidar un plato de comida al mismo tiempo que establecían un vínculo con cada persona que se encontraba en situación de calle, buscando a futuro generar estrategias que puedan transformar esta realidad.

Su labor en un principio, se enfocó en atender las demandas más urgentes, como la asistencia alimentaria, pero sin por ello dejar de tener una mirada más profunda de la problemática. Quienes participaban en aquel momento, proponen que de la misma práctica, puedan nacer nuevos proyectos que tiendan a generar transformaciones necesarias, imaginando al MSR como una organización generadora de oportunidades para personas que se encuentran en situaciones de vulnerabilidad.

Como sostiene Ricardo Camarasa, fundador del Movimiento Solidario: *“No queríamos hacer esto de una manera asistencialista, sino de una manera horizontal. Donde podamos tener el reconocimiento y saber, este vínculo de persona a persona, de ver por qué llegó a esa situación o por qué está en situación de calle. Desde su nombre, apellido, DNI, si tiene DNI. La excusa era la comida para nosotros. Desde esa excusa, era comenzar a entablar un vínculo y a través de ese vínculo que se establecía, era empezar a ver qué se podía hacer por esa persona que estaba en situación de calle.”*

Al tiempo de comenzar, la demanda creció rápidamente como también la visibilidad de la organización, contagiando a nuevos voluntarios a sumarse. Sólo en el primer año de trabajo, lograron sumar más de 40 voluntarios que se dividían las tareas de cocina y entregas.

Este crecimiento, fue abriendo paso a vínculos con diferentes áreas estatales, con el fin de promover mejores condiciones de vida a las personas que estaban en situación de calle:

*“A medida que fuimos creciendo, obviamente fuimos vinculándonos con distintas organizaciones para que los trámites sean más rápidos, más veloces, como los DNI, las jubilaciones, las pensiones. Hemos podido lograr que muchas personas puedan acceder a tener un techo digno, a través de estos mecanismos. No consideramos que nosotros los hayamos sacado (de la calle), sino que el movimiento ha sido un puente en la vida de esta gente para llegar a estos lugares”* sostiene Camarasa.

A partir del año 2012 el MSR decide diversificar sus prácticas y emprender nuevos proyectos. Generar, a partir de actividades concretas, las oportunidades que muchas personas no han tenido y promover la transformación de sus realidades desde la escucha y el acompañamiento. En ese momento, la ONG logró establecer un espacio propio, que además de ser sede de las recorridas nocturnas, funcionó también como un lugar abierto a la comunidad: pusieron en marcha talleres de apoyo escolar y de tejidos, charlas abiertas, asesoramiento jurídico gratuito y los primeros cursos de capacitación en oficios.

Además, contando con el apoyo de medios de comunicación, artistas, empresas y público en general, todos los años impulsaron campañas de recepción de donaciones, muchas de ellas realizando eventos públicos y culturales, para responder a todo tipo de necesidades. Dieron origen de esta manera a las campañas solidarias, donde además de recibir donaciones, desarrollaban toda la logística necesaria para entregar estos elementos a familias que lo necesiten. En estas colectas, se recibieron alimentos, útiles escolares, libros, ropa de abrigo, frazadas, pañales, mobiliario de primera necesidad, insumos de limpieza e higiene, artículos navideños.

Gracias a la confianza ganada con la entrega inmediata de las donaciones y el trabajo de los voluntarios, el MSR generó vínculos con diversas instituciones en la ciudad de Rosario. Con el tiempo, las campañas y eventos se expandieron para brindar apoyo a hogares, comedores, merenderos, hospitales, escuelas y centros de día.

Tras el inicio de la pandemia por COVID-19 y las medidas de cuarentena que modificaron las prácticas y normas de la vida diaria, la organización se vio en la necesidad de concebir estrategias de acción que abordaran demandas urgentes.

Convocados por el Ministerio de Desarrollo Social de la provincia de Santa Fe, junto a otras organizaciones sociales, participaron en campañas de recepción y distribución de módulos alimentarios e insumos. Esta colaboración les permitió también preparar de manera continua más de 5,000 raciones semanales entre abril y diciembre de 2020. Asimismo, estrecharon lazos con comedores comunitarios y merenderos de la ciudad, con el objetivo de fortalecer la asistencia alimentaria durante un período de alta demanda.

Después de superar la fase de emergencia y con la finalización de las restricciones de la cuarentena, el MSR ha continuado su labor, profundizando en dos ejes fundamentales de trabajo: el refuerzo de la asistencia alimentaria a con comedores y merenderos, fortaleciendo también el trabajo con la comunidad, y la capacitación en oficios dirigida a jóvenes que enfrentan dificultades para acceder al empleo.

De esta manera, en el año 2021, inician en su sede los cursos de capacitación en alianza con el programa provincial Santa Fe Más. Cientos de jóvenes de entre 16 y 30 años, encuentran en la ONG un espacio de aprendizaje y acompañamiento en su formación laboral. Nace la Escuela de Oficios como un proyecto no sólo de formación, sino también de inserción laboral generando vínculos con diferentes empresas, pymes y cooperativas.

En este sentido, Camarasa afirma que: *“Fundamentalmente, esto está apuntado a que no abandonen los estudios. Y nosotros les hacemos un seguimiento a cada joven, uno por uno, con los acompañantes. Cada programa tiene acompañantes y profesores. Los profesores están abocados a preparar las clases y los ayudantes a hacer el seguimiento de los alumnos. La verdad es que esto es algo que nos llena de satisfacción. Ayer tuvimos la noticia de que uno de los chicos de Barbería abrió su peluquería. Son todas historias que nos van llegando todos los días.”*

Por otra parte, conformaron una red de comedores y merenderos, en la cual participan activamente más de 30 espacios comunitarios. Además de colaborar con entregas periódicas de alimentos, refuerzan la labor comunitaria organizando festejos del día del niño, brindando talleres de apoyo escolar, y llevando a cabo jornadas solidarias como la “Pelu solidaria”, una iniciativa de los jóvenes de los cursos de peluquería y barbería para poner en práctica todo lo aprendido brindando cortes de pelos gratuitos.

En la actualidad, la organización dispone de un amplio espacio propio situado en el barrio República de la Sexta. Gracias a las características del lugar, vieron la oportunidad de concebir un nuevo proyecto: un centro cultural de puertas abiertas para la comunidad. Un espacio donde llevar a cabo talleres, charlas, cine-debates y diversas actividades de interés, que se encuentra en proyección. Además, continúa su compromiso en promover campañas solidarias a lo largo de todo el año.

## La comunicación en el Movimiento Solidario

En lo que respecta a la comunicación del Movimiento Solidario, es posible distinguir dos instancias: la comunicación interna y la comunicación externa. La comunicación interna se basa en los diversos medios que utilizan los miembros de la ONG para conectarse entre sí. La principal herramienta empleada es WhatsApp, donde se crean grupos basados en las prácticas comunes. Por un lado, aquellos encargados de llevar a cabo capacitaciones en oficios, incluyendo profesores, ayudantes y referentes de la organización, utilizan este medio para programar reuniones, administrar el espacio y resolver cuestiones diarias que surgen. Por otro lado, quienes impulsan el trabajo en comedores y merenderos también tienen sus propios grupos de WhatsApp para coordinar las actividades y la logística involucrada. Además, esta plataforma se utiliza como el principal medio de comunicación con los espacios comunitarios a los que asisten.

Para el desarrollo de la comunicación externa, la organización cuenta con una persona responsable de gestionar las redes sociales del Movimiento, tanto Instagram como Facebook. Esta persona trabaja en colaboración con cada grupo y es la encargada de confeccionar el calendario de publicaciones en cada red social. A través de una comunicación fluida con un referente de cada espacio, determinan las actividades que se registrarán o promocionarán.

En cuanto al vínculo que el Movimiento tiene con la ciudadanía, desde la ONG se percibe que: *“El mayor impacto no son los cursos, sino el territorio. Es la llegada a la gente vulnerable, que lo necesita. Tiene que ver con cómo la organización arrancó y desde qué lugar la gente ha conocido al movimiento solidario. Lo conocieron por gente que estaba en*

*situación de calle o situación de vulnerabilidad extrema. Creo que la relación o el vínculo tiene que ver con eso, con gente que está en situación de vulnerabilidad.”*

Este análisis, surge de su actividad en redes sociales, ya en estos años han identificado una mayor interacción de sus seguidores cuando el contenido se basa en su trabajo territorial y la asistencia alimentaria, en comparación con la capacitación en oficios o las actividades que realizan en su sede:

*“Hay mucha repercusión en la gente cuando se muestra que se entregaron tantos alimentos en un comedor y la foto de los comedores mostrando la comida. Es mucho más lo que la gente comenta en base a eso que en jóvenes aprendiendo un oficio.”*

Además reconocen que a lo largo de estos años han establecido un sólido vínculo con sus seguidores, basado fundamentalmente en una relación de confianza. En este sentido, cuando inician una colecta solidaria, logran una buena recepción. Rápidamente, la gente se acerca o se comunica para hacer llegar sus donaciones. Incluso, esto también sucede de manera espontánea, ya sea que haya o no una colecta en marcha, constantemente reciben mensajes de personas dispuestas a donar al movimiento.

## Motivaciones para el desarrollo de un sitio web

A raíz de la participación del Movimiento en diversas instancias en los últimos años, como un foro empresarial o una convención de ONGs, reconocieron la necesidad de establecer un espacio institucional de referencia. Este espacio les permitiría mostrar su identidad y actividades a otros actores relevantes, fortaleciendo así sus vínculos. Es decir, no buscan solamente contar con una carta de presentación, sino que la importancia de la página web radica en su contribución a que sus actividades sean reconocidas y valoradas por dichos actores.

En relación a esto, Ricardo Camarasa señaló que *“a nosotros también nos sirve mostrar como parte de nuestro trabajo, ya no solamente a gente que consume Facebook, TikTok, Instagram, las redes sociales, sino también mostrarlo a un sector privado que se maneja de otra manera que el común y corriente que mira Instagram o Facebook. Hay mucha gente de distintos sectores y distintas partes del mundo que siguen consumiendo las web como parte de visibilizar el trabajo que se viene haciendo.”*

Asimismo, la idea de poner en marcha un sitio web, también surge de la motivación de profundizar el vínculo con la ciudadanía, al pensarlo con un espacio de fidelización de su público, proponiendo acciones solidarias que se impulsen desde dicha plataforma.

*“La página web nos puede abrir caminos importantes a la hora de gente que quiera donar, hacer su aporte. A mí me toca en lo particular tener familia afuera, y toda la vida me han estado preguntando cómo hago para colaborar, y esto es un mecanismo por el cual podemos abrir una puerta, (...) puede servir para decir, 'bueno, entro en la web y puedo aportar o veo de qué manera me pueda comunicar con ellos o pueda trabajar, vincular socialmente'. A veces la solidaridad no se trata de poner tiempo de tu vida al servicio de algo, sino también aportar algo de lo tuyo en función de un bien común.”*

De esta manera, el objetivo es que el sitio web se convierta también en un espacio que fomente nuevas formas de interacción con su audiencia y fortalezca las ya existentes, como por ejemplo la creación de nuevos mecanismos para recibir donaciones. Es decir, pensar un espacio que inspire y facilite la generación de acciones solidarias por parte de la ciudadanía.

## Análisis de sitios webs similares

Para iniciar el proceso de diseño del nuevo sitio web, consideramos valioso realizar un estudio de otros sitios web pertenecientes a diversas ONG tanto de nuestra ciudad como del país. Para llevar a cabo este relevamiento, utilizamos motores de búsqueda, lo que nos permitió identificar varias páginas web relacionadas con nuestra área de interés.

A pesar de que cada organización tiene su propia visión, prácticas y objetivos, lo que las hace únicas, podemos identificar en cada una de ellas aspectos que se relacionan estrechamente con la labor que realiza el Movimiento Solidario en Rosario. Este proceso de investigación nos proporcionó la oportunidad de identificar tendencias y enfoques en términos de diseño y comunicación que posteriormente servirán de punto de partida para nuestro propio proyecto.

El listado de sitios web está compuesto por:

### [Techo Argentina](#)

Es una ONG internacional con presencia en Argentina y en varios países de América Latina, que trabaja en los asentamientos populares con el objetivo de superar la pobreza a través de la formación y acción conjunta entre sus pobladores y jóvenes voluntarios. Impulsan proyectos para mejorar las condiciones de hábitat y habitabilidad de las familias, en pos a una mejor calidad de vida y fortalecimiento de las capacidades.

La página web presenta un diseño moderno, interactivo y dinámico, dirigido a un público joven. Su estructura combina eficazmente imágenes grandes y tipografía destacada en las páginas principales, junto con contenidos concisos que facilitan una lectura ágil. Al mismo tiempo, ofrece la opción de explorar información más detallada en pestañas adicionales. En comparación con el resto de los sitios, presenta mayor cantidad de información disponible, que abarca desde noticias y temas de actualidad hasta informes, recopilación de datos y una detallada presentación de la organización.

### [AMAP Rosario](#)

Es una ONG de la ciudad de Rosario que trabaja desde hace 30 años con niños, jóvenes y adultos en el barrio Bella Vista Oeste. Su misión es mejorar la calidad de vida de las

personas brindando herramientas de educación, capacitación laboral, recreación, cultura y salud.

La identidad gráfica del sitio web se basa en los colores de su logotipo, utilizando principalmente el rojo, el celeste y el blanco. El contenido del sitio es estático, lo que implica una interacción más pasiva por parte del usuario. En la página de inicio, la información se presenta de manera visual, a través de elementos infográficos que resaltan los datos más relevantes de la organización. En las demás secciones, se mantiene una presentación uniforme que combina una imagen principal con un texto informativo.

#### [Banco de Alimentos - Rosario](#)

Es una organización social dedicada a una gestión de triple impacto: social, económico y ambiental. Recupera alimentos, aptos para el consumo que no pueden comercializarse, y los redistribuye a organizaciones sociales que ofrecen un servicio de alimentación gratuito en Rosario y alrededores.

El sitio web se compone de cinco secciones, todas ellas siguiendo un diseño moderno que fusiona imágenes grandes con textos generalmente breves y elementos infográficos. La información en el sitio es concisa y se amplía únicamente en la sección de noticias. Debido a su brevedad y simplicidad, la navegación es ágil y sencilla, facilitando su recorrido.

#### [Orillas ONG](#)

ONG Orillas es una organización formada por jóvenes que realiza trabajo social en el Barrio República de la Sexta de Rosario. Impulsan prácticas educativas innovadoras con el propósito de estimular el aprendizaje y el desarrollo personal de niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad social.

El sitio es de un diseño anticuado, con una estructura que se basa principalmente en páginas de contenido estático y un enfoque predominante en el texto, incluyendo una sección adicional dedicada a una galería de fotos.

#### [Fundación Caminos](#)

La Fundación Caminos opera en diversas regiones de Argentina, estableciendo centros de prevención de desnutrición infantil. A través de sus actividades, busca mejorar las condiciones de vida de la comunidad y enriquecer su patrimonio cultural.

La página web sigue una estructura jerárquica que ofrece una única opción de navegación, orientada en sentido vertical. Contiene imágenes, texto y videos, pero carece de opciones de interacción con el usuario.

### [Banco de Alimentos - Buenos Aires](#)

Es una ONG que trabaja para reducir el hambre, mejorar la nutrición y evitar el desperdicio de alimentos. Recibe donaciones de alimentos y productos, que luego distribuye entre organizaciones sociales que brindan asistencia alimentaria en CABA y GBA.

El sitio web presenta un diseño moderno y dinámico, caracterizado por la preeminencia de las imágenes. La identidad gráfica del sitio web se basa en los colores de su logotipo, haciendo uso predominante del verde y el blanco. Incorpora tipografías de gran tamaño, iconos variados y recursos de diseño que mejoran la experiencia de lectura y navegación.

# Análisis de Redes Sociales del MSR

Para llevar a cabo el análisis de las redes sociales, se optó por observar la actividad realizada en las mismas durante un período de tres meses, abarcando desde el 26 de agosto del 2023 al 26 de noviembre del 2023 . Durante este proceso, se evaluaron las temáticas abordadas, los formatos elegidos, tono y estilo de las publicaciones, y se identificaron aquellas que generaron un mayor impacto, medido en términos de alcance e interacción con el público. Además, se realizó un análisis de las métricas proporcionadas por estas plataformas para comprender la composición de los seguidores y profundizar en las características de la audiencia de la organización

Todo este análisis puede verse completo en el anexo de este proyecto.

## Tono y estilo de la comunicación

La consideración del tono y estilo de la comunicación resultan elementos clave en este análisis, dado que estos componentes configuran la voz distintiva de la organización y definen su presencia en línea. Asimismo, actúan como herramientas estratégicas fundamentales para crear conexiones significativas con la audiencia. Un tono adecuado no sólo comunica información, sino que también transmite valores y emociones, contribuyendo a la construcción de una identidad coherente y auténtica.

En cuanto a los mensajes, se destaca un tono informal y cercano al dirigirse a la audiencia, utilizando consistentemente la primera persona del plural para referirse al colectivo. Los textos se desarrollan en un lenguaje cotidiano, a menudo iniciando con saludos y planteando preguntas o llamados a la acción para interpelar al público.

Un componente distintivo de la comunicación es la inclusión de emojis en todos los mensajes, los cuales refuerzan o resaltan aspectos específicos de cada publicación. Este recurso, comúnmente empleado en redes sociales, contribuye a expresar cercanía y confianza, elementos que no suelen formar parte de comunicaciones más formales.

La interacción con la audiencia se impulsa mediante llamados a la acción y preguntas que invitan a participar activamente. Se invita a la audiencia a sumarse al voluntariado, explorar galerías de imágenes o contribuir con donaciones en casos específicos. A través de un tono

cercano y un lenguaje accesible, se establece una vinculación más personal con el público, buscando fomentar un ambiente participativo y generar interacción tanto en el ámbito online como offline. Estas estrategias están diseñadas con el propósito de involucrar activamente a la audiencia y fortalecer la presencia de la organización en la comunidad.

En términos de estilo visual, las imágenes y videos compartidos en las redes sociales mantienen una estética coherente y uniforme. Se destaca la presencia de videos compartidos en formato reel, donde se enfoca principalmente en las personas que participan en las actividades de la organización. Estas grabaciones resaltan las acciones llevadas a cabo tanto en los cursos de capacitación como en las actividades comunitarias. En muchos casos, estos videos incorporan testimonios de los participantes, quienes se dirigen al público de manera cercana, transmitiendo los objetivos de la actividad con palabras genuinas. Además, se distingue la elección de canciones actuales y en tendencia, orientadas especialmente hacia un público joven.

La composición fotográfica sigue una estética similar. Por lo general, se utilizan múltiples imágenes en una sola publicación, ocasionalmente combinadas con videos. Estas fotos suelen ser espontáneas que capturan voluntarios o capacitadores en acción, así como imágenes más planificadas que exhiben productos o logros derivados de las actividades, como la producción de los cursos o los cortes de pelo realizados en comunidades.

En cuanto al diseño gráfico, se observa una diversidad de estilos sin una línea clara de coherencia. Cada flyer presenta tipografías y estructuras de diseño distintas, careciendo de una uniformidad evidente, con algunas excepciones. Cada propuesta gráfica posee una estética particular, adaptándose a la temática específica. Por ejemplo, los diseños para el Día de las Infancias, adoptan elementos ilustrativos más infantiles, mientras que los flyers para cursos de tatuajes reflejan una estética más urbana y juvenil. Esta variabilidad se refleja también en el perfil de Instagram, donde las portadas de las historias destacadas exhiben propuestas diversas, desde ilustraciones con colores y estética similares hasta fotografías que difieren considerablemente.

La única constante que atraviesa todos los diseños es la paleta de colores, claramente inspirada en los tonos de su logotipo. El azul predominante, acompañado de tonalidades violetas y el contraste con el blanco, se manifiesta en las diversas propuestas de diseño, proporcionando un hilo conductor visual a través de la identidad gráfica de la organización.

Sin embargo, el uso de esta paleta de colores resulta insuficiente para consolidar una identidad visual distintiva para la organización. La relevancia de poseer una identidad visual consolidada radica en la facilidad de identificación y reconocimiento por parte del público a la ONG. Dada la dinámica rápida de desplazamiento a través de los feeds en las redes sociales, contar con una identidad visual clara contribuye significativamente a que los seguidores puedan reconocer rápidamente que una publicación pertenece a la organización.

## **Mensajes Claves**

En el transcurso de los últimos tres meses, la organización ha mantenido una presencia activa en redes sociales, compartiendo un total de 54 publicaciones en los feeds. Es importante destacar que el contenido publicado en Instagram se replica en Facebook de manera igualitaria, aunque con algunas excepciones puntuales donde ciertas publicaciones se realizaron exclusivamente en Instagram y no fueron replicadas en la plataforma de Facebook. Este patrón de distribución sugiere una mayor preferencia en la plataforma de Instagram para la difusión de sus mensajes, aunque ambos canales comparten, en su mayoría, el mismo contenido.

Al desglosar las temáticas abordadas en estas publicaciones, se observa una clara centralidad en la capacitación en oficios, con 36 publicaciones dedicadas a mostrar el desarrollo de actividades y eventos o historias relacionadas. Esta temática domina la escena, reflejando un compromiso significativo de la organización en esta área específica. Además, se han abordado otras temáticas, como infancias, asistencia alimentaria, peluquería solidaria y mensajes institucionales, aunque con una presencia más modesta.

Dentro de este contexto, emergen mensajes clave y temas recurrentes que definen la comunicación de la ONG en redes sociales. La invitación al voluntariado destaca como un mensaje central, indicando un esfuerzo constante por involucrar a la comunidad en diversas actividades. Aunque solo una publicación fue diseñada exclusivamente con este mensaje, a lo largo de estos meses, los textos frecuentemente concluyen invitando a la audiencia a sumarse o ponerse en contacto para participar. Paralelamente, una parte sustancial de las publicaciones se centra en mostrar el desarrollo de cursos de capacitación en oficios, revelando un énfasis importante en resaltar estas actividades como eje central de la labor de la organización.

Adicionalmente, se resalta la presencia de historias de vida en las publicaciones, donde se comparten testimonios de jóvenes que han participado en programas de capacitación y han encontrado empleo o han emprendido con éxito. De alguna manera, estas historias buscan demostrar que los objetivos de la ONG se van cumpliendo. Esta estrategia añade una dimensión humana y testimonial, fortaleciendo la autenticidad y la conexión emocional con la audiencia.

## **Públicos**

En primer lugar, se puede identificar de manera clara a un público específico al cual la organización dirige gran parte de sus mensajes: jóvenes de entre 16 y 30 años interesados en adquirir habilidades en oficios con proyecciones laborales. Personas que viven en contextos de vulnerabilidad y pueden haber finalizado o no sus estudios secundarios, y enfrentan dificultades para acceder al empleo.

En este sentido, todas las publicaciones relacionadas con la capacitación en oficios tienen como objetivo llegar a este público específico, aunque también buscan alcanzar a otros segmentos. Las publicaciones más informativas, como la apertura de inscripciones para los cursos, están dirigidas de manera exclusiva a este grupo demográfico. También se puede identificar el enfoque hacia este público por la elección de música en los videos, donde se privilegian canciones generalmente consumidas por personas pertenecientes a esta franja etaria.

En resumen, gran parte de la actividad en las redes sociales de la ONG, considerando que la mayoría de sus publicaciones abordan la capacitación en oficios, se dirigen a este público. Es importante señalar que, al observar las métricas relacionadas con los seguidores en redes sociales, se nota un porcentaje bajo, inferior al 10% en Instagram y aún menor en Facebook, de seguidores que se encuentran entre los 18 y 24 años. Sin embargo, hay un gran porcentaje de seguidores en ambas plataformas, siendo el mayor en Instagram, de personas dentro de la franja etaria de 25 a 34 años. Estos datos plantean el desafío de fortalecer y establecer conexiones más efectivas con la audiencia de 18 a 24 años, que podría resultar una oportunidad de crecimiento de la presencia digital de la organización

Además, la ONG también se dirige a otro público: aquel que pueda sentirse interpelado por causas solidarias. En la descripción de su perfil, destaca la frase "Nos unen las causas justas, humanas y sociales", transmitiendo un mensaje claro sobre la misión de la

organización más allá de sus prácticas específicas. Ya sea a través de la asistencia alimentaria en los barrios más vulnerables de la ciudad o mediante la formación para generar acceso al empleo, la ONG busca llegar a personas que puedan identificarse con la búsqueda de una sociedad más justa, igualitaria y solidaria. En este sentido, no es un público tan definido como el anterior, donde se podía hacer un recorte de edad y condición social. Aquí nos encontramos ante una mayor diversidad, donde el punto en común es una perspectiva social y política.

Resulta interesante destacar un dato llamativo proveniente de las métricas de la demografía del público en las redes sociales: en ambas plataformas, se observa un predominio de seguidoras mujeres, y específicamente en Instagram, el público femenino alcanza el 90%. Más que arribar a conclusiones apresuradas, este dato invita a explorar la posibilidad de que exista una conexión más destacada o una mayor resonancia entre las mujeres y las temáticas sociales abordadas por la ONG. Este fenómeno podría indicar una inclinación específica del público femenino hacia causas sociales, sugiriendo la importancia de comprender y profundizar en la dinámica de la vinculación de género con las acciones y mensajes de la organización en redes sociales. Es un punto que podría abrir la puerta a futuras investigaciones y análisis más detallados sobre la relación entre el género y la participación en iniciativas solidarias en entornos digitales.

Finalmente, es importante resaltar el carácter local del público, ya que el 63% de los seguidores en Facebook y el 39% en Instagram pertenecen a la ciudad de Rosario. Esto es coincidente con la incidencia que tiene el Movimiento Solidario en la ciudad, abriendo la oportunidad de fortalecer la participación de la comunidad en la ONG.

## Hallazgos

Este análisis resulta fundamental para guiar el diseño del proyecto del sitio web. Aunque los objetivos perseguidos en las redes sociales pueden diferir de los del sitio web, es esencial identificar las lógicas de comunicación presentes en la organización. Esto nos permite avanzar en la creación de una narrativa coherente con su identidad y objetivos.

Dado que a lo largo de los años, el MSR ha generado pocos documentos que aborden sus principios, historia y actividades, creemos imprescindible desarrollar un tono y estilo

auténticos y distintivos, que reflejen los valores y la misión de la organización, proporcionando una voz unificada para la comunicación externa. En este sentido, las redes sociales fueron el espacio privilegiado para identificar estas lógicas comunicacionales y potenciar aquellos elementos que mejor identifican o representan la organización:

1. Comunicación orientada a la acción: La organización emplea un tono y estilo de comunicación que invita activamente a la audiencia a participar y comprometerse. Esto se refleja en llamados a la acción claros y directos, que buscan involucrar a los seguidores en actividades de voluntariado, cursos de capacitación u otras iniciativas solidarias.

2. Narrativas humanas y testimoniales: El uso de historias de vida y testimonios reales de personas que han sido beneficiadas por las actividades del Movimiento Solidario Rosario contribuye a generar empatía y conexión con la audiencia. Estas narrativas humanas buscan mostrar el impacto positivo de la organización en la comunidad y motivar la participación.

3. Transparencia y cercanía: El tono informal y cercano utilizado en la comunicación refleja un compromiso con la transparencia y la autenticidad. La organización se presenta como accesible y abierta al diálogo con su audiencia, lo que contribuye a fortalecer la confianza y la conexión con los seguidores.

A su vez, se buscó identificar las acciones comunicativas más efectivas en términos de conexión con el público. Se evaluaron las publicaciones que generaron mayor alcance e interacción durante el período de análisis establecido. Esto permitió observar qué tipos de contenido o temáticas generan mayor interés en el público y cómo se abordaron estos temas.

Se observa que las historias de vida o testimonios de personas generan una interacción significativa en las redes sociales. Esto resalta el valor de mostrar el impacto positivo que la ONG tiene en la vida de las personas a través de su trabajo. De manera similar, las publicaciones que muestran la organización en acción, destacando sus actividades y procesos donde las personas son el centro, refuerzan la conexión con la audiencia al evidenciar el objetivo central de la ONG: transformar la vida de aquellas personas que se encuentran en contextos de mayor vulnerabilidad.

Finalizada la etapa de diagnóstico, en la que indagamos en los procesos comunicacionales del Movimiento Solidario Rosario y sus motivaciones para impulsar su sitio web, damos

paso al momento de la planificación de la acción de comunicación que acompaña esta tesina. En esta etapa, estableceremos los objetivos del proyecto del sitio web, identificaremos los públicos a los que nos dirigimos, definiremos los mensajes clave, los tonos, los contenidos y los formatos. Además, se llevará a cabo el diseño estructural de la página web y se desarrollará su contenido.

# Proyecto Sitio Web



Maqueta

# DISEÑO WEB

[www.solidariorosario.org](http://www.solidariorosario.org)



## Maqueta de diseño sitio web

A continuación, se presenta la propuesta de la maqueta del sitio web.

La maqueta incluye el diseño y los contenidos, pero no cuenta con las funciones de interactividad dentro del sitio. Aunque se pueden observar elementos interactivos en el diseño, como el menú, los botones o las imágenes enlazadas a otras secciones, la implementación de estas funciones quedará a cargo de la persona responsable de la programación.

Podemos decir que lo que aquí se presenta es un un Producto Mínimo Viable (PMV) que demuestra la factibilidad del trabajo realizado y contiene las características suficientes para poder lanzar el producto.

El video del diseño para la versión de computadora incluye un menú provisional para facilitar la visualización de las diferentes secciones del sitio web.

[Ver experiencia de navegación para dispositivos de escritorio](#)

[Ver experiencia de navegación para dispositivos móviles](#)

## Problemática

En la actualidad, el Movimiento Solidario Rosario, no cuenta con una página web, limitándose a plataformas de redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y Youtube. Al comenzar a diseñar este proyecto, identificamos que la necesidad principal del MSR reside en la creación de un sitio web institucional. Este sitio se constituirá como una herramienta para proyectar la identidad de la organización, compartiendo su visión, misión y destacando las principales iniciativas que impulsan. La finalidad es que esta plataforma funcione como una carta de presentación virtual, permitiendo a cualquier interesado conocer a fondo quiénes son y qué actividades llevan a cabo.

Además, con el fin de ampliar su alcance y continuar promoviendo sus proyectos, el MSR tiene como objetivo establecer conexiones con otras organizaciones y organismos internacionales en el corto y mediano plazo. Por lo que contar con un sitio web institucional

se convierte en un elemento clave para alcanzar dichos objetivos. A través de esta plataforma, el MSR podrá presentarse de manera profesional y accesible, facilitando la comunicación y colaboración con potenciales aliados y colaboradores. Asimismo, el sitio web servirá como un recurso centralizado donde otras organizaciones y entidades podrán obtener información detallada sobre las actividades y valores del Movimiento Solidario Rosario, lo que contribuirá a fortalecer su presencia y reputación en el ámbito social y humanitario.

También se pretende que esta página web sirva como plataforma fundamental para respaldar dos campañas permanentes que el Movimiento Solidario lleva a cabo de manera constante: la captación de voluntarios y voluntarias interesados en formar parte de la organización, así como el estímulo de la solidaridad a través de contribuciones monetarias o donaciones. De esta manera, aspiramos a convertir este sitio en un espacio interactivo que facilite el contacto con los visitantes interesados, fomentando la participación y la conexión directa.

En este sentido, es fundamental señalar que a lo largo de los años, la organización ha generado escasos documentos que aborden sus principios, historia y actividades. Por ende, resulta imprescindible, en una primera fase, desarrollar textos y contenidos que sirvan como una síntesis representativa del espíritu de la organización, transmitiendo de manera clara su identidad. Estos materiales serán redactados con la finalidad de ser publicados en la página web institucional.

Por otra parte, también es importante destacar que el MSR cuenta con gran material fotográfico y audiovisual, generados principalmente durante los últimos años. Este recurso será utilizado para enriquecer la presentación en la página web, aportando dinamismo y potenciando la experiencia visual para quienes la visiten.

Para finalizar, es importante resaltar que tanto el diseño como los contenidos de la página web se han planificado con el objetivo de minimizar la necesidad de actualizaciones frecuentes. Esta decisión se basa en el reconocimiento de las limitaciones de recursos que pueden dificultar la realización de actualizaciones periódicas. Por lo tanto, todos los contenidos han sido elaborados con la premisa de perdurar en el tiempo, garantizando que la página web continúe siendo relevante, incluso sin actualizaciones constantes. Todos los contenidos están diseñados para destacar los aspectos más relevantes de la organización, incluyendo su identidad, proyectos principales y formas de participación. De esta manera, los visitantes obtienen una visión clara y completa del Movimiento Solidario Rosario.

## Objetivos comunicacionales

### Objetivo general:

- Fortalecer la presencia digital del Movimiento Solidario Rosario.

### Objetivos específicos:

- Visibilizar la trayectoria y la labor de la organización.
- Promover mayor interacción con la ciudadanía.
- Fomentar un mayor sentido de pertenencia en voluntarios y voluntarias de la organización.

## Públicos

El público objetivo para la página web del Movimiento Solidario Rosario se orienta hacia residentes de la ciudad de Rosario y sus alrededores, principalmente jóvenes con un interés marcado en cuestiones sociales. Estamos enfocados en aquellas personas que buscan involucrarse activamente en acciones solidarias y desean conocer a fondo las iniciativas y proyectos que el Movimiento Solidario impulsa.

En este sentido, podemos identificar dos públicos objetivos:

### Voluntarios:

El perfil de los voluntarios se orienta principalmente hacia jóvenes comprometidos con causas sociales. Estas personas buscan no solo conocer las actividades y proyectos del Movimiento Solidario Rosario, sino también participar activamente en acciones solidarias. Tienen un interés genuino en contribuir con su tiempo y esfuerzo para llevar a cabo iniciativas que promuevan el bienestar social.

### Donantes:

Por otro lado, el perfil de los donantes abarca un espectro más amplio de edades y se dirige a personas que, aunque no participen activamente como voluntarios, comparten un fuerte compromiso con la causa solidaria del Movimiento. Estos donantes, conscientes del impacto positivo que pueden generar a través de sus contribuciones, buscan una vía efectiva para respaldar financieramente las actividades y proyectos del Movimiento Solidario Rosario.

Ambos perfiles comparten el deseo de ser parte de un cambio positivo en la comunidad, ya sea a través de su tiempo y esfuerzo como voluntarios o mediante su apoyo financiero como donantes. La página web se plantea como un medio para conectar con ambas audiencias, ofreciendo información clara y oportunidades concretas para la participación activa y el apoyo económico.

## Definiciones técnicas del sitio

### URL

Para este proyecto resulta esencial establecer la Uniform Resource Locator (URL) de acceso al sitio web. Dado que "Movimiento Solidario Rosario" es muy extenso para este fin, hemos seleccionado [www.solidariorosario.org](http://www.solidariorosario.org) como la dirección que mejor representa la identidad del MSR.

La elección de "solidariorosario" como parte de la URL tiene como fundamento la utilización de palabras clave que mejor representan la organización, ya que reflejan su labor solidaria y su arraigo en la comunidad de Rosario. Estas palabras clave no solo hacen que la dirección sea fácil de recordar, sino que también buscan mejorar el posicionamiento de la página en los resultados de búsqueda en línea, facilitando que más personas encuentren y accedan al sitio web del Movimiento.

La elección de la extensión ".org" refleja el carácter sin fines de lucro de la organización y su compromiso con la comunidad. Además, esta extensión es reconocida como un indicador de confianza y credibilidad, lo que contribuye a fortalecer el vínculo con los usuarios y la reputación del Movimiento en el ámbito digital.

## Tono y estilo

Dado que el propósito de la ONG se centra en trabajar directamente con personas y aspira a generar una transformación significativa en sus vidas, reconocemos el poder comunicativo de las imágenes y fotografías para potenciar este mensaje. Es por esto que optamos por diseñar una página web que coloque un énfasis especial en imágenes y videos, capturando la capacidad transformadora de la institución y destacando cómo el MSR lleva a cabo estas acciones. Seleccionamos imágenes donde las personas son protagonistas, enfocándonos en mostrar sus experiencias y el impacto positivo que la ONG tiene en sus vidas.

En relación a los textos, buscamos un tono institucional que refleje seriedad y compromiso. Al mismo tiempo, aspiramos a crear una atmósfera cercana y accesible, buscando interpelar a nuestros visitantes de manera emotiva y motivadora. La narrativa se construirá con un enfoque en las acciones y la misión del Movimiento Solidario, destacando la importancia de la solidaridad y el impacto positivo que se puede lograr. Optamos por un lenguaje claro y directo, para garantizar que nuestros mensajes sean comprensibles para una audiencia diversa. La intención es inspirar la acción y la participación, invitando a los visitantes a vincularse con la organización.

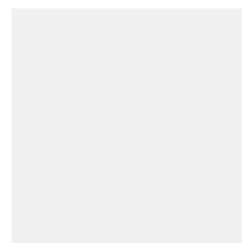
## Paleta de colores y tipografía



#081C8C



#877EBF



#F2F2F2

En la selección de la paleta de colores, se han tomado los tonos presentes en el logo de la organización, con el objetivo de mantener una identidad visual coherente con la utilizada a lo largo de todos estos años. Estos colores han sido parte de la imagen de la organización durante sus 15 años, lo que los convierte en una referencia icónica de la ONG.

La composición tipográfica definida fue: para títulos y encabezados letra Poppins, mientras que para el texto principal de la página web se optó por Qwestrial.

La elección de Poppins para los títulos y encabezados se debe a su amplia variedad de estilos, que permiten destacar textos de diversas maneras. Además, buscamos una tipografía con suficiente fuerza para los títulos, especialmente aquellos superpuestos a las fotografías, y Poppins se destaca por su versatilidad, minimalismo y neutralidad, lo que la hace fácilmente combinable con otras tipografías.

Por otro lado, se optó por Qwestrial para los textos debido a su alta legibilidad en cualquier contexto, ya que fue especialmente diseñada para su uso en páginas web. Esta elección facilita la experiencia del usuario al mejorar la legibilidad de los contenidos.

También se tuvo en cuenta en ambos casos que las tipografías estuvieran disponibles para su descarga gratuita en Google Fonts.

## Accesibilidad

En consideración a la importancia de promover la igualdad de oportunidades, nos proponemos que el sitio web que cumpla con las normas y requisitos de accesibilidad de la información. Esta perspectiva busca garantizar que todas las personas, incluidas aquellas con discapacidad, puedan acceder fácilmente a los contenidos del sitio. Como parte de un compromiso con la solidaridad y la inclusión, y en concordancia con la legislación nacional (Ley Nacional 26.653 sobre accesibilidad de la información en páginas web) entendemos que la implementación de estas normas es fundamental para reflejar los valores promovidos por el Movimiento Solidario.

- **Testeo de la paleta de colores elegida:**

Realizamos pruebas de contraste de colores con el objetivo de evaluar el grado de diferencia entre el fondo y el texto en nuestra página web. Utilizamos la herramienta de evaluación de contraste de WebAIM (<https://webaim.org/resources/contrastchecker/>) para analizar la paleta de colores seleccionada. Los resultados obtenidos nos indicaron que el contraste entre el fondo y el texto cumple con los estándares de accesibilidad, garantizando una mejor legibilidad y una experiencia de usuario más inclusiva.

Resultados: [Enlace](#)

## Contrast Checker

[Home](#) > [Resources](#) > Contrast Checker

Foreground  
Hex Value  
#081C8C  
Color Picker  
Alpha  
1  
Lightness

Background  
Hex Value  
#F2F2F2  
Color Picker  
Lightness

Contrast Ratio  
**12.06:1**  
[permalink](#)

### Normal Text

WCAG AA: **Pass**  
WCAG AAA: **Pass**

The five boxing wizards jump quickly.

### Large Text

WCAG AA: **Pass**  
WCAG AAA: **Pass**

The five boxing wizards jump quickly.

### Graphical Objects and User Interface Components

WCAG AA: **Pass**

Text Input

- **Elección de tipografías y tamaño de fuente**

En el desarrollo del sitio web, hemos considerado diversas prácticas para garantizar una tipografía clara y un contenido legible. Se seleccionó un tipo de letra sin ornamentos y con formas bien diferenciadas para evitar confusiones entre caracteres parecidos, además de asegurar un espacio adecuado entre caracteres para mejorar la legibilidad. Utilizamos unidades relativas (em o rem) para el tamaño de las fuentes, permitiendo que los usuarios ajusten el tamaño del texto en su navegador según sus preferencias.

También se tuvo en cuenta el interlineado, asegurando una separación adecuada entre las líneas del texto para facilitar la lectura. La longitud de línea se ajustó para que fuera cómoda y fácil de seguir, evitando tanto líneas excesivamente largas como cortas. Además, implementamos tipografía adaptable para que el tamaño del texto se ajuste dinámicamente al ancho de la pantalla, garantizando una experiencia de usuario óptima en diferentes dispositivos y tamaños de pantalla.

- **Atributo Alt**

Se incluirán atributos "alt" y títulos descriptivos en todas las imágenes subidas al sitio web. Esto permitirá que los lectores de pantalla utilizados por personas ciegas o con discapacidades visuales puedan interpretar y entender el contenido visual. Esta medida garantiza que las imágenes sean accesibles para todos los usuarios, mejorando así la usabilidad del sitio.

El resto de las pruebas de accesibilidad se implementarán durante la programación del sitio y se llevarán a cabo una vez que esté en línea por parte de las personas responsables de su programación.

## Estructura

El diseño y la estructura de una página web son elementos que influyen significativamente en la experiencia del usuario y en la eficacia de la comunicación. Una estructura bien diseñada no solo facilita la navegación del usuario, sino que también contribuye a transmitir la identidad y los valores de la organización representada en el sitio web. Además, un diseño intuitivo puede fomentar la interacción del usuario con el sitio, mejorando así su experiencia de navegación y facilitando el acceso a la información relevante.

La primera definición en cuanto a la estructura fue que la misma pudiera adaptarse tanto a la pantalla de la PC como del celular. Esto también nos llevó a priorizar una navegación con orientación vertical.

Se estableció un encabezado con un menú y se conformó un pie de página, donde aparecen las distintas redes sociales de la organización y un formulario de contacto. Ambos

elementos estarán presentes durante toda la navegación en la parte superior e inferior de la pantalla respectivamente.

El cuerpo de la página web constituye el núcleo donde se encuentran los principales elementos del contenido, como textos, imágenes y videos. En nuestra estrategia de diseño, hemos puesto énfasis en la selección de fotografías representativas para cada temática abordada. Además, se optó por titulares que se destacan y textos breves, así como subtítulos descriptivos que permiten una fácil identificación de los temas tratados. Esta organización de elementos tiene como objetivo facilitar la lectura y comprensión del contenido, proporcionando una experiencia de usuario fluida y atractiva, donde la información pueda ser asimilada de manera clara.

La página web presenta una página de inicio en la que se destacan las dos campañas (voluntariado y donaciones) así como también los proyectos más significativos que se llevan adelante, a modo de síntesis de su labor (la red por la asistencia alimentaria, la Escuela de Oficios y las campañas solidarias). Además, los usuarios podrán navegar a través de cuatro secciones principales: "Quiénes Somos", "Nuestros Proyectos", "Voluntariado" y "Quiero colaborar". Todas estas páginas están presentes en el menú durante toda la navegación. En la sección "Nuestros Proyectos", se facilitará el acceso a páginas individuales correspondientes a cada uno de los 6 proyectos que lleva adelante la organización. Asimismo, el sitio incluirá un pie de página o footer que contiene un formulario de contacto, junto con enlaces a las redes sociales mediante logos, accesibles en cualquier momento durante la navegación del sitio.

## **Secciones de la página web**

- Inicio
- Quiénes Somos
- Voluntariado
- Quiero colaborar
- Nuestros proyectos:
  - ❖ Red por la Asistencia Alimentaria
  - ❖ Escuela de Oficios
  - ❖ Campañas Solidarias
  - ❖ Centro Cultural MSR
  - ❖ Peluquería Solidaria

## Navegación

La navegación es un aspecto fundamental en la experiencia del usuario en una página web. Nuestro diseño se centra en proporcionar una navegación intuitiva y fácil de usar, garantizando que los usuarios puedan moverse de manera eficiente por el sitio y encontrar la información que están buscando. Para lograr esto, hemos implementado un menú de navegación claro y accesible, con categorías bien definidas y enlaces directos a las secciones principales del sitio.

Además, hemos creado una estructura en la que los diferentes contenidos están enlazados de manera estratégica, permitiendo a los usuarios acceder directamente a secciones relevantes desde la página de inicio. Por ejemplo, destacamos proyectos importantes en la página de inicio, proporcionando puntos de entrada directa a dicho contenido sin necesidad de navegar a través del menú, ofreciendo un acceso más rápido y directo.

## Interactividad

La página web ofrece diversas funciones interactivas que buscan fomentar la participación y el compromiso de los usuarios. Entre estas características, se destaca la inclusión de un formulario de contacto que permite a los visitantes comunicarse directamente para realizar consultas, brindar comentarios o solicitar información adicional. Asimismo, se han incorporado botones de acción clara, como “Quiero participar” y “Quiero colaborar”, que redirigen a formularios específicos para aquellos interesados en convertirse en voluntarios o realizar donaciones.

Estos formularios se diseñarán de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización al momento del lanzamiento del sitio web.

Además, se facilita la conexión con la comunidad al incluir enlaces directos a las redes sociales de la organización. Estas funciones de interactividad no solo amplían las oportunidades de participación para los usuarios, sino que también fortalecen la conexión entre la organización y su audiencia, promoviendo así una mayor colaboración y compromiso con la causa.

## Evaluación

Una vez que el sitio esté en funcionamiento, es importante planificar la fase final del proyecto: su evaluación.

Uranga (2008) entiende la evaluación como proceso reflexivo y planificado, que implica analizar datos de manera sistemática para emitir juicios valorativos. Su objetivo es mejorar acciones futuras a través de recomendaciones basadas en la interpretación de resultados e impactos obtenidos durante la implementación (p.86 y p.87).

Para realizar la evaluación se prevé la creación de una cuenta gratuita de Google Analytics, con el fin de medir el tráfico del sitio y conocer el impacto. Esta herramienta de análisis web suministra información sobre las personas que visitan el sitio y sus comportamientos de navegación.

Los aspectos que interesa analizar son los vinculados al alcance de la página y la apropiación e interacción de los usuarios en este espacio digital.

Algunos indicadores de resultado se establecieron serán:

### Indicadores cuantitativos:

- Cantidad de ingresos al sitio web.
- Tiempo de permanencia en el sitio.
- Cantidad de formularios de contacto enviados.
- Cantidad de formularios de voluntariado enviados.
- Cantidad de formularios de donación enviados.

### Indicadores cualitativos:

- Grado de interés y participación de nuevos voluntarios.
- Impacto de las donaciones recibidas.
- Comentarios y retroalimentación de otras organizaciones.
- Tipo de consultas vertidas en el formulario de contacto.

Los resultados de estas evaluaciones serán los que indiquen el grado de cumplimiento de los objetivos planteados al comienzo de esta investigación, y tal como lo indican los procesos de evaluación, los que nos permitirá seguir ajustando y mejorando nuestra estrategia.

## Implementación del sitio web

Dado que se trata de una tesina de producción, se ha desarrollado un Producto Mínimo Viable (PMV), el cual ha sido presentado a la organización. El desarrollo y la implementación del sitio web estarán a cargo del Movimiento Solidario Rosario, que cuenta con los recursos humanos y económicos necesarios para llevar a cabo este proyecto. El MSR será responsable de desarrollar y lanzar el sitio web. En este sentido, los responsables del MSR han contactado a un profesional que se encargará de la implementación del desarrollo web, con la expectativa de que el sitio esté en línea antes de finalizar el año 2024.

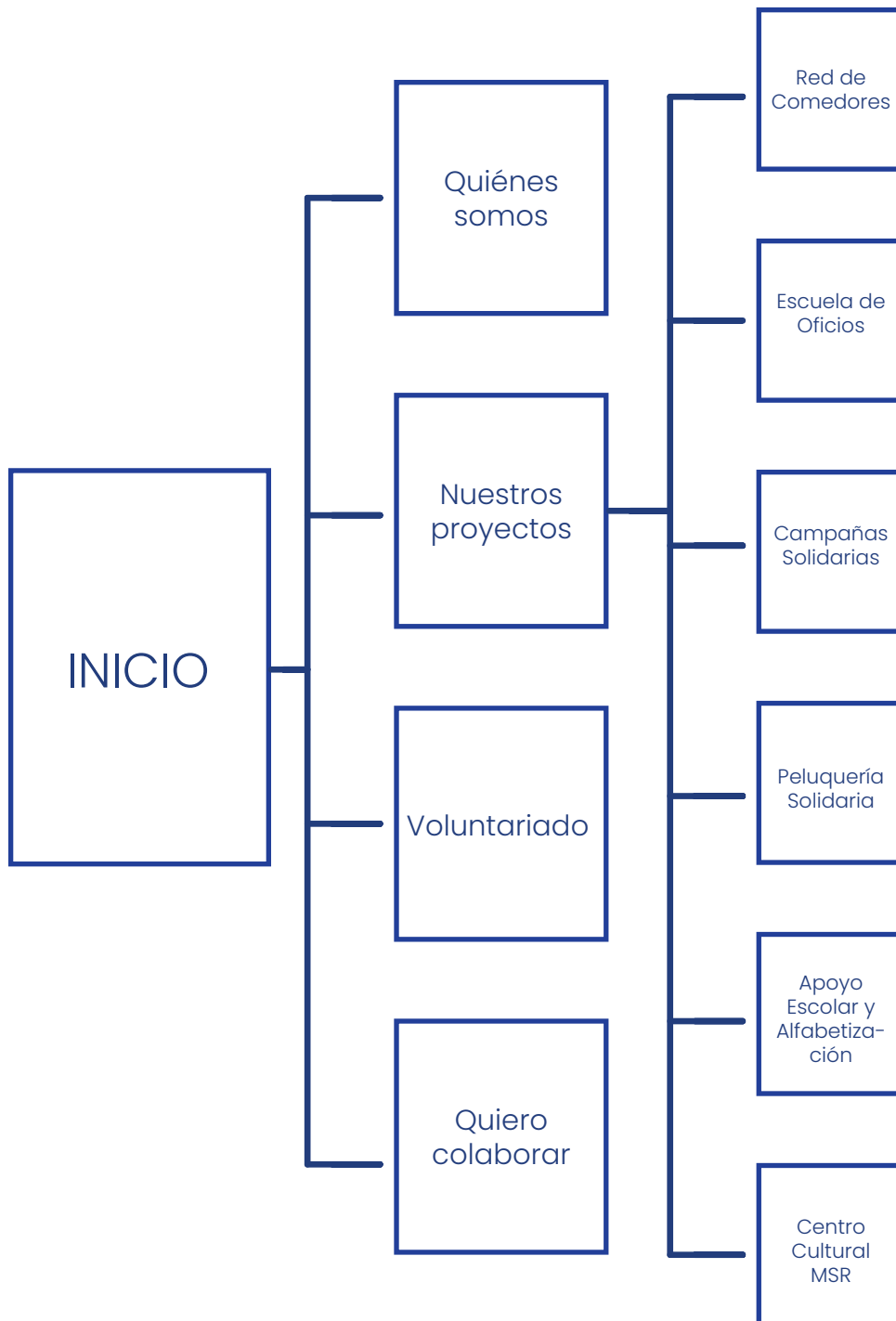
Maqueta

# DISEÑO WEB

[www.solidariorosario.org](http://www.solidariorosario.org)



# Estructura



**Menú principal**  
Presente durante toda  
la navegación



# INICIO - Interactividad

## Menú

- QUIÉNES SOMOS
- NUESTROS PROYECTOS
- VOLUNTARIADO
- QUIERO COLABORAR

Botón a sección "Quiero Colaborar"



Botón a sección "Quiénes somos"

Somos personas ayudando a otras personas: trabajamos solidariamente para generar nuevas oportunidades.

LEER MÁS

Botón a sección "Voluntariado"



Enlace a sección "Campañas Solidarias"

### Nuestros proyectos

**Red por la Asistencia Alimentaria**  
Impulsamos seguridad alimentaria junto a comedores y merenderos en los barrios más postergados.



Enlace a sección "Red de Comedores"

**Campañas Solidarias**  
Impulsamos acciones colectivas que generan un impacto directo en la comunidad.



Mapa interactivo Google maps

**Escuela de Oficios**  
Impulsamos formación y trabajo brindando cursos de capacitación para jóvenes.



Enlace a sección "Escuela de Oficios"

Enlace a sección redes sociales

**Centro Cultural MSR**  
Pasaje 144, Rosario, Santa Fe

**Contacto**

NOMBRE

CORREO

TELÉFONO

MENSAJE

  
@movimientoalbarbacoamar

Formulario de contacto

# VOLUNTARIADO- Interactividad

## Menú

- QUIÉNES SOMOS
- NUESTROS PROYECTOS
- VOLUNTARIADO
- QUIERO COLABORAR

Botón a formulario de voluntariado



Tu participación genera el cambio

QUIERO PARTICIPAR

El voluntariado es una poderosa expresión de solidaridad que refleja nuestro compromiso con las necesidades de nuestra comunidad y los objetivos colectivos.

### Voluntariado

Dondequiera que existan esas necesidades, organizaciones como la nuestra dependen de personas como vos, que están dispuestas a participar de manera activa, voluntaria y solidaria.

Juntos, podemos lograr un impacto significativo en nuestra comunidad y construir un mundo más justo y solidario.



#### Red por la Asistencia Alimentaria

Involúcrate en las actividades organizadas junto a los comedores y merenderos comunitarios que conforman la Red.

#### Campañas Solidarias

Colaborá en las distintas campañas y acciones solidarias que realizamos durante el año, como festivales solidarios, el operativo invierno y colectas.

#### Actividades en Territorio

Sumate a las diferentes actividades impulsadas en territorio, como festejos del mes de las infancias, peluquería solidaria y más.

Botón a formulario de voluntariado



¡Sumate hoy!

QUIERO SER VOLUNTARIO

Enlace a sección redes sociales



@movimientosolidario.com.ar

### Contacto

NOMBRE

CORREO

TELÉFONO

MENSAJE

Formulario de contacto

# QUIERO COLABORAR- Interactividad

## Menú



### Se parte del cambio

Tu colaboración tiene un impacto directo en la lucha contra el hambre, fortaleciendo la asistencia alimentaria a miles de familias.

QUIERO SER SOCIO

QUIERO HACER UNA ÚNICA DONACIÓN

Botones a formularios de donación



Con tu donación fortalecemos una enorme red que trabaja todos los días por una sociedad más inclusiva.

LEER MÁS

Gracias al aporte solidario, podemos seguir promoviendo la igualdad de derechos, y generar nuevas oportunidades a personas que no las han tenido.

Si querés colaborar con ropa de abrigo, frazadas, alimentos u otros artículos, comunicate con nosotros.  
@movimientosolidario.com.ar

Botón a sección "Red de Comedores"

### Contacto

NOMBRE

CORREO

TELÉFONO

MENSAJE

Formulario de contacto

Enlace a sección redes sociales



@movimientosolidario.com.ar

# NUESTROS PROYECTOS- Interactividad



## Proyectos en marcha

Con la convicción de que nuestras acciones generan un cambio significativo, creamos proyectos transformadores que fomentan la inclusión, garantizan derechos y abren nuevas oportunidades para el futuro.

Enlace  
a sección "Red de Comedores"



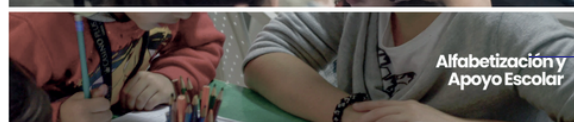
Enlace  
a sección "Campañas Solidarias"



Enlace  
a sección "Peluquería Solidaria"



Enlace  
a sección redes sociales



**Contacto**

NOMBRE

CORREO

TELÉFONO

MENSAJE

Enlace  
a sección "Escuela de Oficios"

Enlace  
a sección "Centro Cultural MSR"

Enlace  
a sección "Apoyo Escolar"

Formulario  
de contacto

# RED POR LA ASISTENCIA ALIMENTARIA- Interactividad

Botón  
a sección "Quiero Colaborar"



## Organizando la solidaridad

La Red por la Asistencia Alimentaria es un espacio conformado por comedores y merenderos comunitarios de la ciudad de Rosario y alrededores, que trabajan incansablemente para que todas las personas tengan acceso a un plato de comida.



## Realizamos entregas periódicas de alimentos

a cada una de las organizaciones territoriales, para potenciar su labor y fortalecer a toda la comunidad con herramientas solidarias, de contención y asesoramiento



Gracias al esfuerzo de muchas personas esenciales, hoy podemos ofrecer asistencia alimentaria a miles de familias en los barrios más necesitados.

## Nuestro impacto en la comunidad



30

Comedores y merenderos comunitarios



2800

Familias beneficiarias



8000

Porciones de comida por mes



6000

Kg de comida entregado por mes



100

Miembros, voluntarios, cocineros, referentes comunitarios

Enlace  
a sección redes sociales



**Contacto**

Formulario  
de contacto

# QUIÉNES SOMOS



## Somos Solidaridad

Somos una organización social solidaria que se dedica a impulsar proyectos con el fin de garantizar derechos allí donde no llegan. A través del trabajo voluntario, extendemos nuestra ayuda a personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad social.

### Somos personas ayudando a otras personas

Con la convicción de que estas acciones representan una oportunidad para establecer un diálogo significativo con la comunidad, y fundamentalmente impulsar su empoderamiento.



### Misión

Nuestra misión es brindar oportunidades a aquellos que les han sido negadas y trabajar conjuntamente para transformar sus realidades y restituir sus derechos.

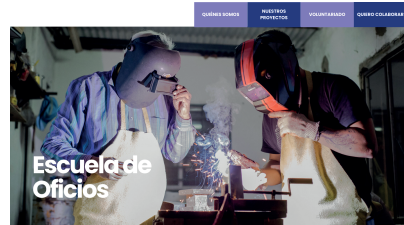
Buscamos promover el trabajo colectivo y el voluntariado, para llegar a miles de personas que enfrentan diversas problemáticas socioeconómicas.

### Contacto



Instagram Facebook Twitter YouTube @movimientosolidario.com.ar

# ESCUELA DE OFICIOS



## Escuela de Oficios

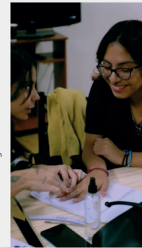
### Construyendo puentes de futuro

La Escuela de Oficios es un espacio de aprendizaje creado con el objetivo de abrir puertas laborales a aquellas personas que enfrentan dificultades para acceder al empleo.



### Nuestra misión es facilitar su inserción en el mercado laboral.

Ofrecemos una amplia gama de cursos de capacitación en diferentes oficios, donde teoría y práctica se unen en un espacio de colaboración y creación para aprender haciendo.



### Todos los cursos cuentan con certificación

Están principalmente dirigidos a jóvenes de entre 16 y 30 años, y tienen entre 8 y 10 meses de duración.



### De la capacitación a las oportunidades

Estamos fuertemente comprometidos en garantizar el acceso al empleo para los jóvenes de nuestra comunidad. Por eso hemos generado lazos con diversas empresas en la ciudad de Rosario, facilitando la inserción laboral de nuestros graduados.

Gracias a la visión solidaria de estas empresas, muchos jóvenes egresados de la Escuela de Oficios ya se encuentran trabajando.

Si tenés una empresa, pyme o cooperativa y necesitas contratar trabajadores capacitados en alguno de estos oficios, escribanos a [gestion@movimientosolidario.com](mailto:gestion@movimientosolidario.com)

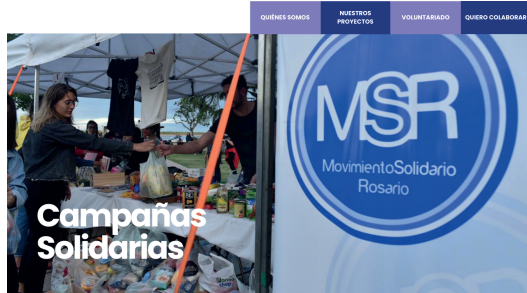
¡Construyamos juntos nuevas oportunidades!

### Contacto



Instagram Facebook Twitter YouTube @movimientosolidario.com.ar

# CAMPAÑAS SOLIDARIAS



## ACCIONES COLECTIVAS PARA UN MUNDO MEJOR

Desde los inicios de nuestra organización, impulsamos diversas campañas solidarias a lo largo del año para brindar ayuda a quienes más lo necesitan.



### Festivales Solidarios

A lo largo de nuestros 15 años, organizamos diversos festivales gratuitos en la ciudad, con la participación de artistas comprometidos con causas sociales. Estos festivales tienen como objetivo recolectar alimentos no perecederos y otras donaciones, validaciones del arte y la cultura como herramientas para sensibilizar a la comunidad y promover la solidaridad.

**Operativo Invierno**  
Cada año realizamos una colecta de frazadas y ropa de abrigo para llevar a los barrios que más lo necesitan. El invierno representa una época especialmente difícil para aquellos que carecen de recursos, y nos comprometemos a enfrentar esta problemática mediante la solidaridad.



### Mes de las Infancias


Dedicamos el mes a una campaña especial de colecta de juguetes para distribuir en los barrios donde colaboramos con comedores y menenderos. Invitamos a toda la comunidad a unirse a esta causa, donando juguetes para compartir momentos de felicidad en las celebraciones del Día de las Infancias.

**Última Recordada**  
En diciembre de cada año, entregamos alimentos, regalos y juguetes en hospitales, centros maternos y centros de niños y familias. A través de este gesto, extendemos una mano solidaria para compartir un momento de alegría y esperanza junto a los niños y niñas que atraviesan momentos difíciles durante la temporada de fiestas.



### Colecta de útiles escolares

Durante los meses de febrero y marzo, recibimos donaciones de útiles y materiales escolares para distribuir entre los niños y niñas que participan en las actividades de los espacios comunitarios. Creemos que todos los niños tienen derecho a realizar su trayecto escolar en igualdad de condiciones y con todos los recursos necesarios.



[f](#)
[X](#)
[e](#)

@movimientosolidario.com.ar

### Contacto

NOMBRE

CORREO

TELÉFONO

MENSAJE

# CENTRO CULTURAL MSR



## Cultura en Movimiento

El Centro Cultural Movimiento Solidario es un espacio de encuentro abierto a toda la comunidad, donde organizamos eventos, actividades artísticas y educativas, con el propósito de promover la cultura y hacerla accesible para todos.



Desde su apertura, hemos llevado a cabo talleres de folclore, tango, yoga, así como capacitaciones en RCP y primeros auxilios, ofreciendo a los vecinos y vecinas un lugar para la recreación, el disfrute y el aprendizaje.



[f](#)
[X](#)
[e](#)

@movimientosolidario.com.ar

### Contacto

NOMBRE

CORREO

TELÉFONO

MENSAJE

# PELUQUERÍA SOLIDARIA



## Peluquería Solidaria

### Cambiando sonrisas a través de la solidaridad

La Pelu solidaria es una herramienta que construimos junto a los cursos de Peluquería y Barbería de la Escuela de Oficios, para ofrecer a niños y niñas cortes de pelo gratuitos y solidarios en los barrios más postergados de Rosario.



### Defendemos el derecho de las infancias a elegir, disfrutar y sentirse bien.

Creemos que cada niño y niña merece acceder a servicios básicos que les permitan expresarse y cuidar de su bienestar de manera integral.

Realizamos jornadas de encuentro en los espacios comunitarios, donde compartimos merienda, juegos, y una peluquería móvil donde jóvenes de la Escuela de Oficios, aprovechan este espacio para poner en práctica todo lo aprendido.

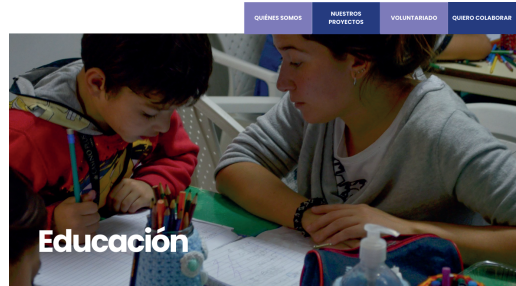


#### Contacto



Instagram Facebook Twitter Email @movimientosolidario.com.ar

# ALFABETIZACIÓN Y APOYO E



## Educación para el cambio

### Apoyo Escolar

Junto a distintos espacios comunitarios llevamos adelante talleres de apoyo escolar destinados a las infancias y adolescencias. Son espacios lúdicos, pedagógicos para acompañar los procesos de aprendizajes y promover la permanencia en la escuela.

Compartimos la merienda, mientras realizamos tareas escolares y ejercicios didácticos. Organizamos visitas educativas y recreativas para fortalecer nuestro aprendizaje y celebramos cumpleaños, reconociendo la importancia de crear entornos que promuevan el disfrute y la alegría.



### Alfabetización

Gracias a nuestro compromiso con el trabajo voluntario, cada año llevamos a cabo talleres de alfabetización destinados a jóvenes y adultos que no han tenido acceso a la educación formal ni la oportunidad de aprender a leer y escribir.

Reconocemos que la alfabetización es un derecho fundamental que tiene el poder de transformar la vida y dignidad de las personas; promueve oportunidades, fomenta la participación y fortalece la conciencia del propio valor. Nuestro objetivo es que estos talleres sirvan como el primer paso hacia una vida en la que puedan ejercer plenamente sus derechos.



#### Contacto



Instagram Facebook Twitter Email @movimientosolidario.com.ar

## Conclusiones

En el actual contexto sociopolítico y tecnológico, la presencia digital de las organizaciones se vuelve indispensable no solo para ser reconocidas frente a otras, sino fundamentalmente para profundizar y potenciar los vínculos con su público a través de acciones promovidas en estos ámbitos digitales. El Movimiento Solidario Rosario, tras 15 años de trayectoria, se enfrenta al desafío de proyectarse en la red, a menudo limitado por la escasez de recursos y tiempo, al igual que muchísimas organizaciones sociales. Sin embargo, en esta era digital, es crucial comprender que las plataformas digitales representan un espacio de interacción y socialización tan trascendental como el mundo físico.

La importancia de esta presencia digital radica en su capacidad para amplificar el mensaje y la labor de la organización, alcanzando a una audiencia más amplia y diversa. En este sentido, el mayor aporte de esta tesina a la organización reside en la construcción de una narrativa propia, profundamente arraigada en sus valores y principios. Más allá de la descripción de sus actividades, esta narrativa representa una interpelación a la sociedad, invitándola a participar activamente en iniciativas solidarias y promoviendo una cultura de cambio y empoderamiento.

Además, se espera que este trabajo no solo contribuya a la construcción y optimización del sitio web de la organización, sino que también se convierta en una herramienta estratégica para su labor diaria. Este sitio web no solo funcionará como un medio de difusión de información, sino también como un espacio de interacción y participación para la comunidad, fortaleciendo así los lazos entre la organización y sus diversos públicos. Se han diseñado y planificado diversas formas de interacción dentro de la página web para la ciudadanía, incluyendo la posibilidad de realizar donaciones, registrarse como voluntario o voluntaria, y contactarse de forma directa con la organización.

Por otro lado, al desarrollar una narrativa propia, se crea un lenguaje común entre los voluntarios y voluntarias, así como con la comunidad en general. Esta narrativa proporciona un marco cohesivo que define los valores y principios del Movimiento Solidario Rosario, fortaleciendo la identidad y promoviendo una mayor unión entre los miembros. También sirve como una herramienta para comunicar la misión y visión de la organización de manera clara, inspirando el compromiso y la participación activa de quienes se involucran con la causa solidaria.

De la misma manera, se aspira a que esta herramienta digital evolucione con el tiempo, acompañando los cambios y el crecimiento de la organización. Considerando el contexto cambiante en el que operan las organizaciones, es fundamental proyectar herramientas flexibles y dinámicas para garantizar que la comunicación digital siga siendo relevante y efectiva.

A modo de cierre, espero sinceramente que esta tesina funcione y sirva como referencia para otros comunicadores y organizaciones que buscan fortalecer su presencia digital y su impacto en la sociedad. Reconozco el potencial de este trabajo como un recurso valioso, y anhelo que esta estrategia, aunque concebida para una organización específica, pueda guiar a otros profesionales en el ámbito de la comunicación social.

# Anexos

## Pauta de la entrevista

Se delimitaron tres ejes temáticos para llevar adelante la entrevista: conocer la historia y los objetivos de la organización, indagar sobre los procesos y acciones comunicacionales implementadas en medios digitales, y explorar los propósitos que motivan la creación de una página web. Estos ejes, sirvieron de guía a la hora de elaborar las preguntas.

## Entrevista

Entrevista realizada a Ricardo Camarasa, fundador y Presidente de la Asociación Civil Movimiento Solidario Rosario.

### **1) ¿Cuál es el origen del Movimiento Solidario Rosario? ¿Cómo se fundó y cuál fue la motivación para su creación?**

Bueno, nace acá en Rosario, pero con una mirada puesta en lo que en ese momento estaba pasando frente a mis ojos, que era en Buenos Aires. Yo estaba viviendo un poco allá, un poco acá por cuestiones de estudio que tenía acá en ese momento. Esto fue hace 15 años atrás.

Me sorprendió un día en la esquina de Alcorta y Rivadavia ver cómo jóvenes estaban asistiendo a una persona que estaba en situación de calle; tenían unos termos, unas mochilas. Me acerqué después de un par de veces que los vi. Les pregunté qué estaban haciendo, me comentaron que eran parte de una organización que ayudaba a gente que estaba en situación de calle. Pero los asistían, les daban algo caliente de tomar y algunas galletitas. Entonces, a mí me quedó eso en la cabeza, después me

empecé a relacionar con la gente que trabaja en la red solidaria. Tuve una cercanía, más confianza, más relación con ellos, con su trabajo y con lo que venían haciendo.

Y bueno, se me ocurrió hacerlo acá, pero no de una manera asistencialista, sino de una manera horizontal. Donde podamos tener el reconocimiento y saber, este vínculo de persona a persona, de ver por qué llegó a esa situación o por qué está en situación de calle. Desde su nombre, apellido, DNI, si tiene DNI. La excusa era la comida para nosotros. Desde esa excusa, era comenzar a entablar un vínculo y a través de ese vínculo que se establecía, era empezar a ver qué se podía hacer por esa persona que estaba en situación de calle.

Y bueno, al principio, obviamente, arranqué haciendo colectas porque solo era lo que podía hacer. Después de un par de colectas, se fue sumando cada vez más gente. De esas colectas, abrimos el pie a situación de calle. Esto ya era otra complejización, y ya en ese momento empezamos a abordar la situación de calle éramos 3. Y los tres salíamos con una olla de mi casa, que yo vivía ahí en Montevideo y San Martín. Dábamos la vuelta, arrancábamos en Buenos Aires y Pellegrini, en la esquina de la Plaza López, y recorrimos toda Av. Pellegrini hasta donde daba la olla.

Como te decía al principio éramos tres, en un momento éramos como 40 personas, donde dos sostenían una olla, otros se dividían las bandejas, otros se dividían los vasos, todos con termos y en un momento dijimos bueno, abramos otra zona, porque tanta gente acompañando una olla. Todo el mundo en Avenida Pellegrini nos preguntaba qué hacíamos, por qué hacíamos esto. Cuando pasamos por un supermercado, había gente esperándonos dándonos donaciones porque no teníamos un lugar y bueno, ahí decidimos abrir la zona de la terminal porque una compañera que vive allá cerca, y era como la zona donde más gente había en situación de calle, además del tránsito que hacíamos por Av. Pellegrini. Rápidamente se abrió la zona centro, que era las peatonales (Córdoba y San Martín), y a partir de ahí se fueron abriendo zonas. Al principio con la incertidumbre de, bueno, poca gente, pero rápidamente en cada zona se iba sumando cada vez más. Al principio WhatsApp no existía, entonces era en los puntos. Un punto era Santa Fe y Suipacha, donde hacía mi facultad de medicina, Hospital Centenario y Terminal de Ómnibus. Un ejemplo: Martes a las 20 hs en Suipacha y Santa Fe. Entonces se congregaban todos en esa esquina, todos los que vivían cerca o iban a la facultad, salían de tu trabajo y te quedaba cerca acercarte a esa zona o vivías en esa zona y te querías acercar. Otra zona era la de Pellegrini y Buenos Aires, otra zona era la de Córdoba y Corrientes.

Después zona 5, que fue la de Pichincha, esto ya fue más acá. Esa zona se juntaba en Salta y Oroño. Av. Pellegrini después la dividimos en dos zonas, una era la zona del bajo y Pellegrini que venía hasta Corrientes, y el otro grupo arrancaba de Corrientes a Pellegrini, todo Pellegrini hasta Oroño, y después hasta 3 de febrero.

Bueno, cuando hicimos el circuito de las bicicletas, porque había hecho un convenio con la municipalidad, en ese momento recién salían las bicicletas públicas. Y había un grupo que hacía toda la zona del bajo en bicicleta. Fue divertido mientras duró.

Después a medida que fuimos creciendo, obviamente fuimos vinculándonos con distintas organizaciones para que los trámites sean más rápidos, más veloces, como los DNI, las jubilaciones, las pensiones. Eso ha generado que mucha gente, por ahí, la problemática de salud mental, hemos podido lograr que muchas personas puedan acceder a tener un techo digno, a través de estos mecanismos, porque no consideramos que nosotros los hayamos sacado, que el movimiento los haya sacado, sino que el movimiento ha sido un puente en la vida de esta gente para llegar a estos lugares. Hay gente que, porque perdió el DNI y estaba en situación de calle, es un NN (sin nombre) desde hace 18 años.

El último caso al que ayudamos a salir, Guillermo Tiesqui. Tenía dos taxis, su socio había muerto en un accidente, entonces perdió los dos taxis y la familia lo echó de la casa. Situación de calle de un día para otro y estuvo 10 años viviendo en la Plaza López. En ese momento lo ayudamos a que tenga nuevamente el DNI, a revalidar su carnet de conducir, carnet de taxi, para que pudiera manejar el taxi que después pudimos ubicar. Y rápidamente volvió a trabajar. Es un caso que se visibilizó en los diarios. En ese momento, el secretario del sindicato de taxis se movilizó rápidamente, accedió a que pueda manejar un auto, y a partir de ahí nosotros le habíamos generado una ayuda económica para que pudiera ir a vivir a una pensión y se la dejamos paga durante un mes. Entonces, rápidamente pudo salir de la Plaza López a vivir en una pensión y a trabajar. Ahí se abrió el camino de Guillermo. El caso de Guillermo fue el camino de mucha gente que también hemos podido tener la suerte de acompañar en esa trayectoria de vida, en esa nueva etapa que comenzaban, algunos con más suerte que otros.

Por esto te digo que la situación de calle está vinculada a la salud mental y en muchos de los casos en los que pensábamos que habíamos tenido éxito, no había sido tan así. Pero bueno, mucho nos quedamos con la parte positiva, que hay mucha gente que ha

podido salir de esa situación, con ese empujón, con esa mano que creo que todos necesitamos en algún momento de nuestra vida. Han sido nuestros padres o algún amigo, pero siempre uno necesita una mano, y hemos estado ahí.

Hoy en día estamos reversionados, seguimos ayudando a gente que está en situación de vulnerabilidad social. Lo hacemos en los barrios. Estamos llegando a 24 espacios en distintos puntos de la ciudad, también con la capacitación en oficios a jóvenes que están en situación de vulnerabilidad. Ahí se les genera una beca para que los chicos puedan tomar un colectivo, puedan comprar algo para comer en caso que lo necesiten. Fundamentalmente, esto está apuntado a que no abandonen los estudios. Y nosotros les hacemos un seguimiento a cada joven, uno por uno, con los acompañantes. Cada programa tiene acompañantes y profesores. Los profesores están abocados a preparar las clases y los ayudantes a hacer el seguimiento de los alumnos. La verdad es que esto es algo que nos llena de satisfacción. Ayer tuvimos la noticia de que uno de los chicos de Barbería abrió su peluquería. Son todas historias que nos van llegando todos los días. A lo mejor a mí ya no me emociona en el día a día esto de '¿sabes que Ariel, el pibe de herrería, ahora está trabajando de despachante en empleado de comercio?' Son todas noticias que ya no me ponen eufórico como antes, pero son cosas que tengo en cuenta a la hora de irme a dormir, hago un repaso de esas cosas y trato de ser exigente con mis compañeros para que todos los días tengamos estas noticias.

## **2) ¿Cómo describirías la evolución y los hitos más importantes en la historia del Movimiento Solidario Rosario desde su inicio hasta ahora?**

Para mí, cada acontecimiento, desde el más chico al más grande, la verdad que se me pasa recontra por alto. No sé, tener sillas, comprar mesas, comprar computadoras, tener televisores, tener una administración. Porque arrancamos en mi casa, y a las 3 semanas que estábamos cocinando en mi casa, un día Gaby se le olvidó el pan en el horno y se prendió fuego mi departamento. Entonces, no solo ya no teníamos para cocinar, sino que durante un mes tuve que irme de mi casa porque había perdido casi todo. Entonces, la verdad que yo cada cosa que el movimiento tiene o que tenemos la posibilidad de comprar... no sé con qué describírtelo. Es como cuando me compré un auto por primera vez. Tengo las mismas sensaciones. Hace un rato Romi me pasó el presupuesto para unas máquinas de tatuar. Pudimos comprar 4 máquinas, sabemos que eso queda acá y si bien no son bienes gananciales, pero eso nos permite igual que las 15 máquinas de costura, pensar en un futuro donde los jóvenes que hoy se

capacitan mañana puedan tener una salida laboral porque tenemos la vinculación con los empresarios, con el privado, hasta incluso con el público. Donde UPC, por ejemplo, ya nos está pidiendo pecheras, Empleados de Comercio nos pide ropa de trabajo. Son muchas las cosas que a nosotros nos pueden permitir seguir vinculándonos con los jóvenes, a su vez dándoles trabajo y de alguna manera haciendo valer eso que parece mentira pero es del movimiento. Yo, la verdad que ahí te puedo hablar de todos los recitales que hemos hecho, la noche de las frazadas, las últimas recorridas que hacíamos por todos los hospitales.

Cuando trajimos a Bersuit Vergarabat, fue una de las mejores cosas que nos pasó porque la banda metió 4000 personas en el Metropolitano, y vinieron gratis. No teníamos ni para pagarles una cerveza a los chicos. Y conseguimos un sonido impresionante, conseguir ese lugar que ni siquiera estaba en los planes de conseguirlo. Llenamos 14 camiones que llegaron a distintos sectores de la ciudad para gente que lo necesitaba. Entonces han sido un montón de cosas, pero la verdad que yo pongo sobre valor haber arrancado sin absolutamente nada y hoy tener cosas que son de la institución que permiten que otras personas tengan posibilidades. Eso para mí tiene mucho más valor que otros significados que hechos relevantes que para la gente o todo el mundo han sido simbólicos y muy importantes, pero para mí han sido eventos más que yo...

He renegado un montón porque, por ejemplo, para hacer la noche de las frazadas en Oroño y Pellegrini, una noche que hacía como dos grados bajo cero. Llamé a Pablo Pino, cantante de Cielo Razzo, le comenté la idea de juntarnos a hacer un mega fogón, en vez de fuego sean frazadas, ropa de abrigo y eso se lo demos a situación de calle o gente que lo necesita. Se juntó un montón de gente, un montón de artistas grabaron videos, desde Fito, Rodrigo de la Serna, un montón de gente que convocaba a ese evento, pasaron un montón de músicos, vino el Chango Spaciuk, la gente de Bulldog, un montón de artistas locales y gente de otros lugares y para nosotros fue genial. Se juntó una banda de cosas. Pero para mí eso no dejó de ser trabajo, o cosas en las que yo me tenía que sí o sí poner porque sino no sucedían. Entonces, no te digo que renegué, porque en el momento me pareció divertido, y estaba bueno, pero no tiene el mismo impacto de lo que a mí me genera esto de tener un catering en el movimiento, eso me parece un flash. Todas esas cosas me parecen un flash.

**3) ¿Cuál crees que es el impacto que tienen en la comunidad las prácticas que llevan adelante?**

El mayor impacto no son los cursos, sino el territorio. Es la llegada a la gente vulnerable, que lo necesita. Tiene que ver con cómo la organización arrancó y desde qué lugar la gente ha conocido al movimiento solidario. Lo conocieron por gente que estaba en situación de calle o situación de vulnerabilidad extrema. Creo que la relación o el vínculo tiene que ver con eso, con gente que está en situación de vulnerabilidad. Me parece que va más por ese lado, no por el lado de los cursos. Si bien tienen importancia, no es la importancia que más le da la gente.

Hay mucha repercusión en la gente cuando se muestra que se entregaron tantos alimentos en un comedor y la foto de los comedores mostrando la comida. Es mucho más lo que la gente comenta en base a eso que en jóvenes aprendiendo un oficio.

**4) ¿Cuáles son los objetivos a largo plazo del Movimiento Solidario Rosario?  
¿Tienen metas específicas para el futuro?**

Yo creo que, lamentablemente, Argentina es un país muy cambiante, en todos los sentidos. Nuestro principal objetivo hoy en día es sostener esta red alimentaria que hemos sabido crear, y sostener los programas de capacitación en oficio. Ese es el objetivo, en base a eso es poder ampliarlo, mejorarlo, generar mejores condiciones y aun de mayor calidad, mayor cantidad de programas de capacitación, mayor cantidad de espacios con los que nos vinculamos, que eso significaría que estaríamos llegando a más cantidad de gente. Llegar de la manera que llegamos con productos que antes no podíamos, como leche, carne, pollo, pescado y no solamente con alimentos secos. Entonces mejorar las condiciones alimentarias de la gente con la que nosotros trabajamos fue uno de los grandes objetivos este año y lo pudimos cumplir.

Y la verdad que no nos proponemos objetivos más importantes que esos porque no sabemos qué va a pasar después de diciembre en el país, entonces plantearnos un escenario ficticio sería para mentirnos a nosotros mismos. Y yo creo que el objetivo tiene que ser poder mejorar el día a día de este mundito que nos toca vivir a cada uno de nosotros estando acá. Que es un montón.

**5) ¿Cómo les gustaría que la ciudadanía perciba su labor y el impacto que tienen en la comunidad?**

A mí me encantaría que la gente entienda que este lugar es su casa. Que pueden venir a tomar mates, tomar un café, usar la computadora. A mí me encanta cuando el movimiento está lleno de gente, me gusta entrar y que haya mucho ruido. Me encanta que haya gente riéndose, me gusta escuchar la risa de la gente, y me gustaría el día de mañana ser viejo y darme una vuelta por acá y que esto sea más lindo, más grande, que tenga otra impronta, eso me gustaría.

Me gustaría que si mañana hay una campaña o lo que sea que lleve adelante el movimiento, que tenga una gran repercusión, y que la gente lo entienda como un espacio de confianza. Eso me gustaría que suceda. A grandes rasgos, yo no tener nada que ver, ser un adulto mayor y un día darme una vuelta por este lugar y verlo mejorado. Que los cursos sean de excelencia, que los espacios donde trabajamos sean de excelencia, que funcione un centro cultural, que haya perspectiva de género, que sea ampliado, reversionado, mejorado, actualizado, llevado adelante por gente joven. Que la sociedad lo tenga en cuenta como un lugar de confianza.

#### **6) ¿Podrías describir cómo es la comunicación en la organización?**

Bueno, hay millones de grupos, de grupos de WhatsApp, donde los capacitadores, acompañantes están dentro de un mismo grupo. Romina es la que está al frente de todos los programas y lo que sucede con respecto a eso. Matías es la persona que vincula todo lo que es el territorio y los compañeros que visitan todos los espacios que forman parte del territorio. Lucía es la compañera que lleva adelante todo el grupo de voluntariado. Entre sí están todos comunicados. Yo no estoy en ningún grupo, y todo me llega de otros lugares. No estoy en la vida cotidiana, no me entero si hubo peleas (risas), entonces la comunicación pasa por ahí.

Hay una chica que maneja el tema de redes y demás, que tienen autonomía junto con todos los grupos para visibilizar todo lo que va sucediendo. Hay una realizadora audiovisual que también va tomando imágenes de todo lo que va pasando.

#### **7) ¿Cómo describirías la relación o conexión que tiene el Movimiento Solidario con su audiencia, las personas que lo siguen o participan en sus actividades?**

El ida y vuelta con la gente siempre ha sido bueno. Durante muchos años no hemos tenido personería jurídica, que es la herramienta que tienen todas las organizaciones

para tener financiamiento. Cuando vos no tenes personería, esa organización está sin papeles, al no estar regulada, no tenés ningún tipo de ingreso a la hora de decir 'le doy de comer a 200 personas' y ¿cómo lo haces? Nuestra manera durante 10 años fue haciendo colectas, todo el tiempo colectas: colecta de aceite, puré de tomate, alimento seco. Entonces, durante 10 años nos volvimos locos haciendo colectas todo el tiempo.

Yo ahora no quiero saber nada con la palabra colecta, pero siempre que empieza el frío, por ejemplo, la gente se acerca a traer ropa de abrigo, frazada y demás, y eso nosotros lo llevamos a los espacios. Hoy todos los comedores tienen armado su roperito, que es donde la gente va a retirar la comida y también puede retirar algo de ropa que necesita. Entonces, todo el tiempo es: si tenés ropa en condiciones, ya sea para verano o invierno, acercala al Movimiento Solidario Pasco 144. Chequea que no esté sucia, rota, que lo que vas a donar esté en condiciones y todo eso llega a los espacios cuando los lunes, miércoles y viernes vienen los fletes acá y entregan en los comedores, la comida y ropa también. Así que el vínculo siempre ha sido bueno. Desde la gente que nos ha donado un paquete de fideos hasta el que se tomó la molestia de venir y traer un colchón o camperas y lo que sea, siempre ha sido bueno, siempre, siempre. Tienen que ver también con la otra pregunta, que me encantaría que el día de mañana sea el lugar de todos. No solo el lugar donde tomás unos mates, sino también un lugar de pertenencia y confianza, que está bueno.

**8) ¿Cuál es el propósito principal de desarrollar un sitio web? ¿Qué información o contenido específico les gustaría ofrecer a través de la página web?**

A mí me pasó esto, más en el último tiempo, porque formo parte de un foro donde hay empresarios, y la mayoría de las empresas se relaciona a través de mostrar sus sitios web. Y eso tiene que ver también con el conocimiento que llevan adelante. Si bien jamás pensé al movimiento como si fuera una empresa, creo que sería el peor error que puedo cometer. Es para el privado que le interesa saber cuál es nuestro trabajo, nos sirve como herramienta para mostrar a la persona, a la gente que está acostumbrada a ese trabajo, ya sea si queremos mostrar nuestro trabajo en un foro de convenciones de ONG que se va a desarrollar en Chile el año que viene, o lo queremos mostrar en un foro de empresarios donde ellos también pueden aportar servicios, productos o cosas que sean útiles a través de donaciones.

A nosotros también nos sirve mostrar como parte de nuestro trabajo, ya no solamente a gente que consume Facebook, TikTok, Instagram, las redes sociales, sino también mostrarlo a un sector privado que se maneja de otra manera que el común y corriente que mira Instagram o Facebook. Hay mucha gente de distintos sectores y distintas partes del mundo que siguen consumiendo las web como parte de visibilizar el trabajo que se viene haciendo.

El contenido tiene que ser la historización de quienes somos, qué hacemos y de qué se trata este trabajo social que se viene haciendo acá. Y mostrar, yo creo, desde el primer evento o desde el primer impacto de un evento hasta el último, y ponerlo en sobre valor, desde ya, para que quienes lo vean en distintas partes del mundo sepan de qué se trata y vean la manera de comunicarse o colaborar con nosotros, con nuestro trabajo.

**9) ¿Qué esperan lograr a través de la implementación del sitio web en términos de resultados concretos?**

Tiene que ser como todo, como cuando comprás un celular, si no le ponés contactos, si no te empezás a comunicar con otras personas, va a ser un aparato más que tenés en tu casa, tenés que ponerlo en funcionamiento. La página web nos puede abrir caminos importantes a la hora de gente que quiera donar, hacer su aporte. A mí me toca en lo particular tener familia afuera, y toda la vida me han estado preguntando cómo hago para colaborar, y esto es un mecanismo por el cual podemos abrir una puerta, no solamente para quienes están afuera o forman parte de un sector que chequea las webs antes que las redes, puede servir para decir, 'bueno, entro en la web y puedo aportar o veo de qué manera me pueda comunicar con ellos o pueda trabajar, vincular socialmente'. A veces la solidaridad no se trata de poner tiempo de tu vida al servicio de algo, sino también aportar algo de lo tuyo en función de un bien común. Por eso, la persona que piensa, 'no me voy a meter en el movimiento, tengo que estar ahí y encima tengo trabajo y muchas cosas que hacer', bueno, también desde tu casa, podés entrar a la web, y ahí tengo la variante u opción de que aportando tanto puedo ayudar a tales personas, tal comedor, o infraestructura o desarrollo de tal programa. Bienvenido sea que haya gente que necesita y que esté ávida de querer colaborar a través de la web.

10) ¿A quién se dirige principalmente el sitio web? (¿Es para donantes, voluntarios, beneficiarios o un público más amplio?)

No lo planteo como algo específico, sino más bien como algo abierto. Yo lo veo como esto que te decía, una canción, la escuchás y decís qué linda canción, pero esa canción no solamente el que la escribió dice que linda canción, sino que también tiene en cuenta los derechos de autor, te da ganancia, le da placer a mucha gente escucharla, la van a reproducir muchas radios. No es crear una canción y punto. La web puede servir para un millón de cosas, tiene que ver con el contenido que uno le pone a eso y las funciones que uno le va a dar a eso. En ese sentido va a servir para mejorar la comunicación, para que otras personas en distintos lugares del mundo te puedan conocer, para que otras empresas te puedan conocer, y también haya gente que se vincule a través de eso con YouTube, con redes sociales del movimiento, con el tipo que quiere aportar su granito de arena. Y hoy en día hay un amplio sector donde a través de la web se pueden incorporar muchas funciones y muchas cosas. Yo ya soy una persona grande (risas), no estoy para decir hoy en día en el 2023 y pensando en el 2024, el desarrollo de una web tiene para dar, pero sí hay mucha gente que estudia y sabe que me parece que se va a quedar con estas palabras y le va a poder sacar mucho mayor jugo y puede servir para muchísimas cosas. Es cuestión de ponerla en funcionamiento y en práctica.

# Análisis de redes sociales

Este análisis abarca desde el 26 de agosto de 2023 hasta el 26 de noviembre de 2023.

## Público - seguidores

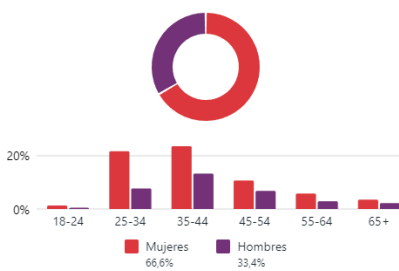
### Público

**Público actual** Público potencial

Seguidores de Facebook ⓘ

32.689

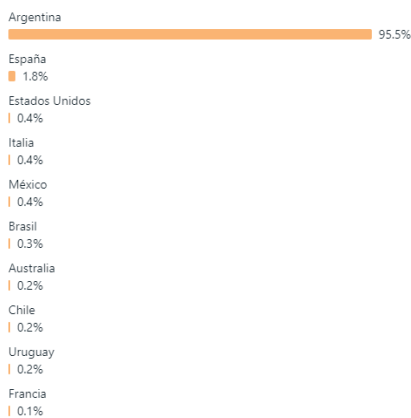
Edad y sexo ⓘ



Principales ciudades



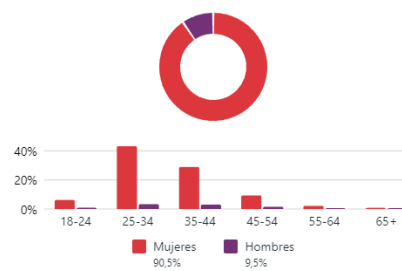
Principales países



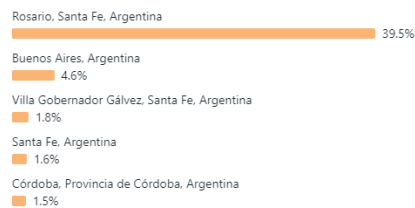
Seguidores de Instagram ⓘ

9.161

Edad y sexo ⓘ



Principales ciudades



Principales países



## **Descripción y análisis de la audiencia de redes sociales del Movimiento Solidario Rosario.**

Con un total de 32,689 seguidores en Facebook y 9,161 en Instagram, la organización ha logrado construir una sólida base de seguidores en ambas plataformas.

### **Demografía de la Audiencia:**

#### Géneros:

En Facebook, la mayoría de los seguidores, aproximadamente el 66%, son mujeres. Mientras que en Instagram, este porcentaje aumenta significativamente a un 90% de mujeres. Este dato sugiere una mayor conexión de la ONG con el público femenino, lo cual podría ser clave para diseñar estrategias y contenido específicamente orientado a este segmento.

#### Rango Etario:

La franja etaria comprendida entre los 25 y 45 años domina la audiencia en ambas plataformas. Si bien la ONG siempre tuvo una fuerte participación de voluntarios jóvenes (entre 20 y 30 años), la expansión de su presencia en las redes sociales ha permitido atraer y comprometer a una audiencia más diversa en términos de edades.

#### Localización Geográfica:

La ONG, cuyo origen y desarrollo tienen raíces en la ciudad de Rosario, se refleja en el hecho de que el 63% de los seguidores en Facebook y el 39% en Instagram provienen de esta localidad. Esta concentración geográfica indica una conexión especial y una fuerte presencia en la comunidad local, lo cual puede aprovecharse para actividades de participación ciudadana y eventos locales.

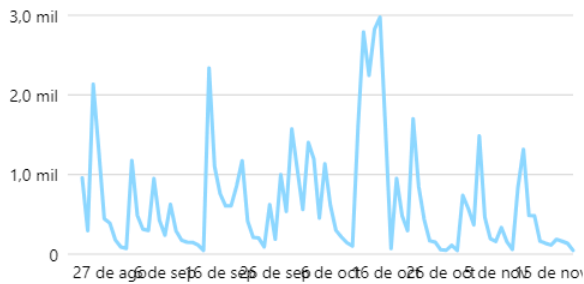
Aunque la mayoría de los seguidores son de Rosario, se observa una presencia modesta pero significativa en Buenos Aires, y localidades cercanas a la ciudad de Rosario.

### **Resumen de métricas en redes sociales**

## Alcance

Alcance de Facebook ⓘ

19.657 ↑ 70.3%



Alcance de Instagram ⓘ

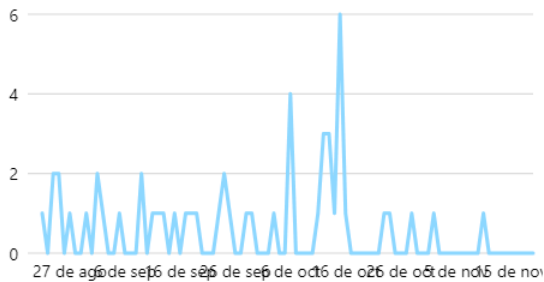
32.490 ↑ 21.8%



## Nuevos Me gusta y seguidores

Nuevos Me gusta de la página de Facebook ⓘ

51 ↑ 10.9%



Nuevos seguidores de Instagram ⓘ

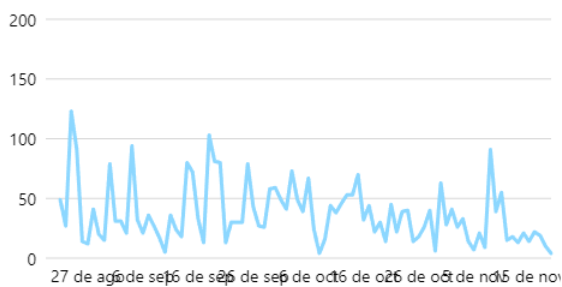
750 ↑ 77.3%



## Visitas

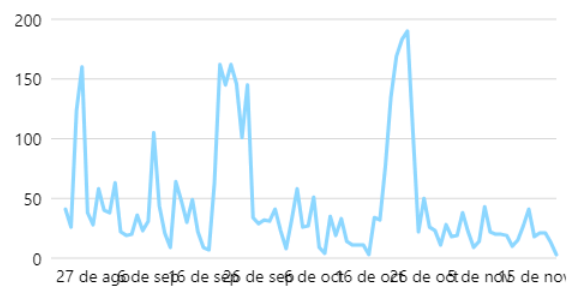
Visitas de Facebook ⓘ

3.342 ↑ 50%



Visitas al perfil de Instagram ⓘ

4.139 ↑ 40.4%

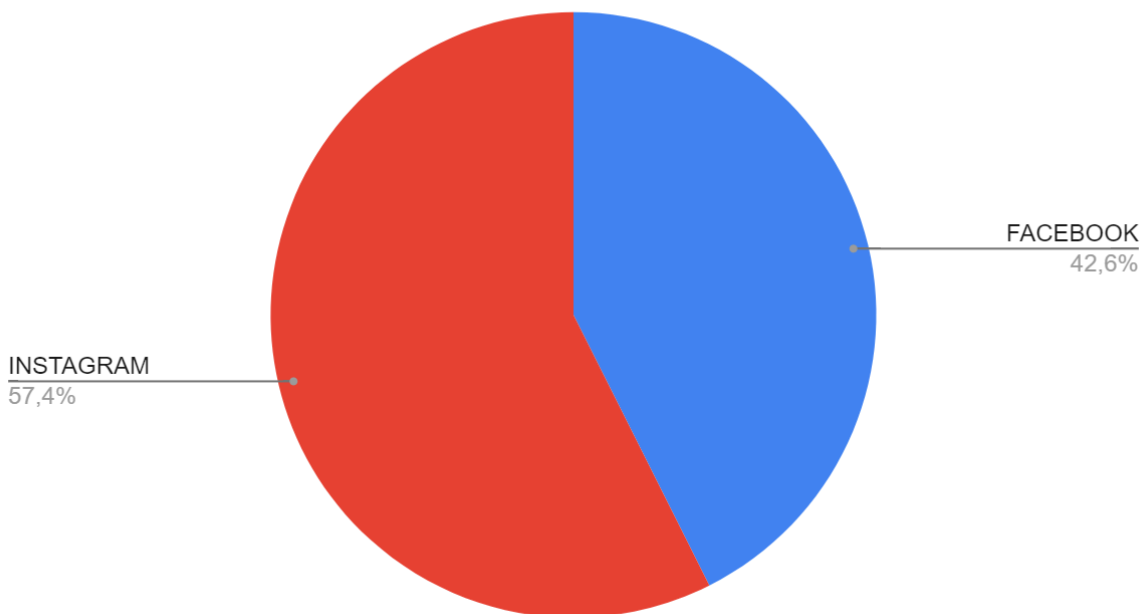


Este resumen abarca los últimos 90 días, desde el 26 de agosto de 2023 hasta el 26 de noviembre de 2023. A pesar de que la audiencia en Facebook supera significativamente a la de Instagram en términos de cantidad, se evidencia que Instagram emerge como una

plataforma más efectiva en cuanto al alcance e interacción con la audiencia, incluyendo visitas al perfil. Además, destaca un crecimiento más pronunciado en la actualidad en Instagram en comparación con Facebook, evidenciado por el número significativo de nuevos seguidores incorporados en los últimos tres meses. Estos indicadores sugieren que Instagram no solo se presenta como una plataforma más dinámica para la ONG en la actualidad, sino que también proyecta un potencial continuo de crecimiento en su base de seguidores.

<b>Resumen de publicaciones</b>	
Total de publicaciones realizadas en un período de 3 meses	54
Publicaciones en instagram	32
Publicaciones en facebook	23

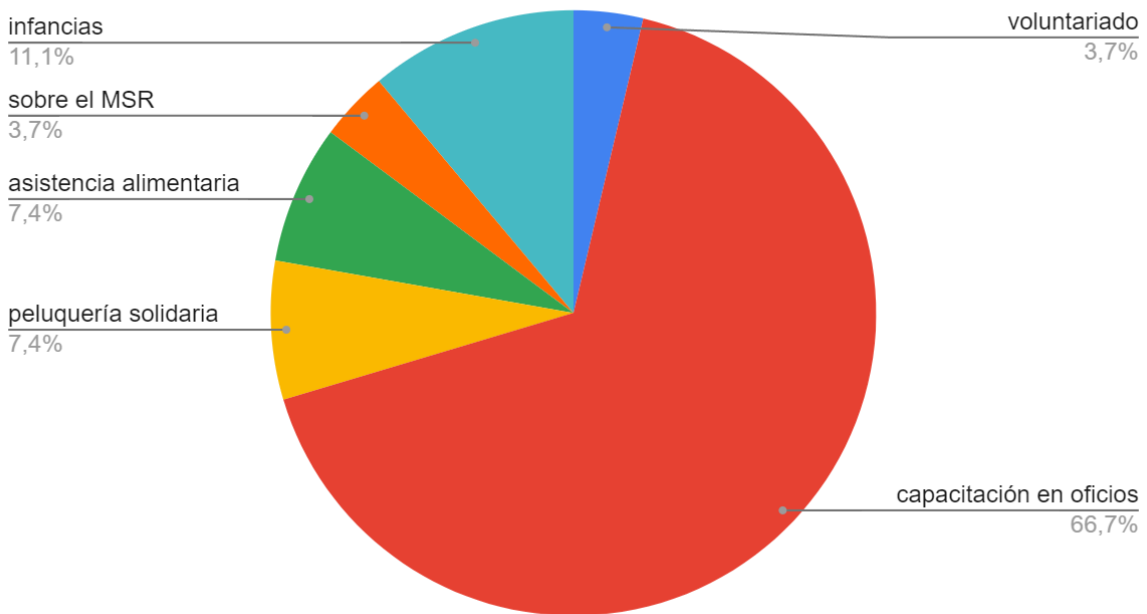
### Recuento de RED SOCIAL



### Temáticas de las publicaciones

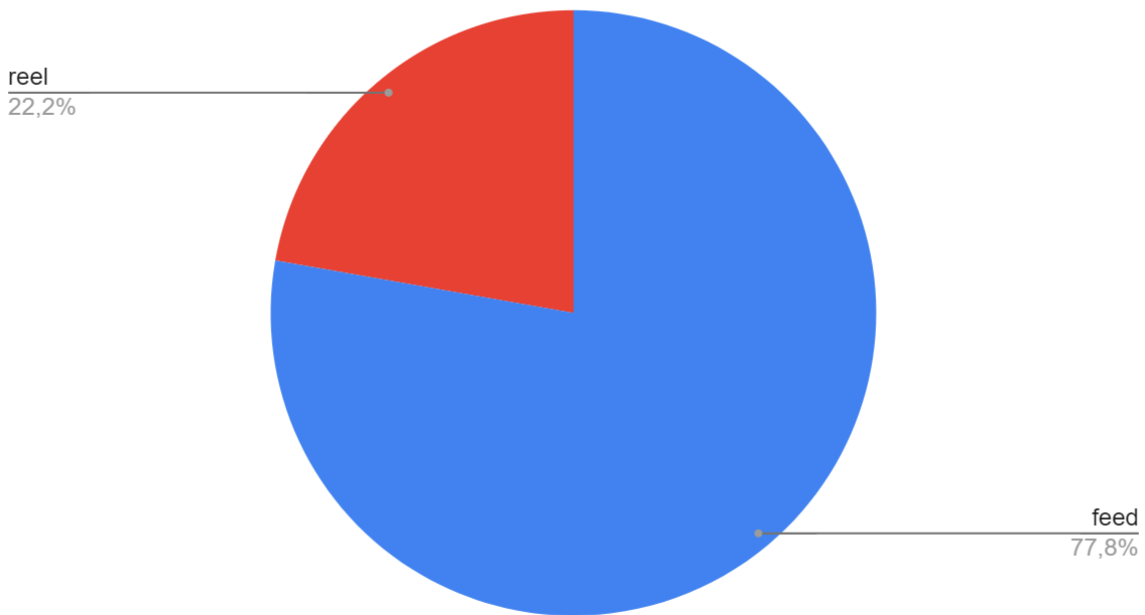
Capacitación en oficios	36
Infancias	7
Asistencia Alimentaria	4
Peluquería solidaria	4
Institucional MSR	2
Voluntariado	1

### Recuento de TEMÁTICA



Formato de las publicaciones	
Feed	42
Reel	13

## Recuento de FORMATO



## Publicaciones con mayor alcance con publicidad

1)

Les gusta a byagosmuniz y 179 más movimientosolidario Les presentamos el nuevo curso de capacitación de •TATUAJE INICIAL• que tenemos en MSR 🎨🌍

Que hermoso arte !  
Cuanto se aprende en esta milenaria técnica 🙌👉

👉 Este curso ya comenzó, se da los días martes de 10 a 13 h en 📍 Pasco 144, Rosario.

**!!** Para las personas que consultan, ya no están abiertas las inscripciones para el corriente año **!!**  
Pero estén atentos a nuestras redes sociales para la inscripciones 2024 📅📝💬

Un reel de @byagosmuniz vale más que mil palabras 📺

Ver los 8 comentarios

jaky\_vampire EN 2024 EN QUE FECHA

<b>Temática</b>	Capacitación en oficios
<b>Descripción</b>	Curso de tatuaje inicial
<b>Fecha</b>	19/10
<b>Red Social</b>	Instagram
<b>Formato</b>	Reel
<b>Alcance</b>	16000
<b>Interacción</b>	212
<a href="#">Enlace</a>	

2)



**SOLDADURA & HERRERÍA**  
Inscripciones abiertas

VIERNES  
14 A 17HS

MSR

Les gusta a seleinwonderland y otros

movimientosolidario INSCRIPCIONES ABIERTAS 🙌

Curso de herrería y soldadura 🛠️🔧🔨  
Día viernes de 14 a 17

Podes inscribirte en el formulario link en bio 📌

<https://forms.gle/Qd4h2r93FRybkL8Z6>

INSCRIPCIONES ABIERTAS 🙌

Ver los 8 comentarios

luisi\_su Hola. Costo del curso? ❤️

nataliaarburua Buenas, hasta que edad se puede anotar? ❤️

18 de septiembre · Ver traducción

<b>Temática</b>	Capacitación en oficios
<b>Descripción</b>	Inscripción curso de herrería
<b>Fecha</b>	18/09
<b>Red Social</b>	Instagram
<b>Formato</b>	Feed

<b>Alcance</b>	13400
<b>Interacción</b>	118
<a href="#">Enlace</a>	

3)



**Movimiento Solidario Rosario**  
11 de octubre · 🌐

Gracias al curso en el MSR, pudo perfeccionarse y dedicarse hoy a tener su propio emprendimiento!!

Desde el Movimiento Solidario Rosario 🇨🇺 nos vuelve a enorgullecer otra historia de concurrentes de los programas de oficios @santafemassf & @ministeriodesarrollosocialsf que ya tiene su trabajo de manera autónoma.

Querés conocer esta hermosa historia? 🗨️

👉 Su nombre es Eros Terrazzino, el comenzó el curso de barbería en el #MSR en abril de 2023. Durante estos meses, pudo aprender y poner en práctica muchas de las enseñanzas, técnicas, herramientas y habilidades que le indicaba el profesor @estebanmarcos\_ También pudo aprovechar al máximo esos conocimientos y comenzar a trabajar en una barbería profesional. Les dejamos este carrete con sus fotos para que lo conozcan 🇨🇺🇨🇺 Podes seguirlo en sus redes @erosterrazzino\_ @barberos.terrazzino

Ver estadísticas Volver a promocionar

👍❤️ 350 7 comentarios 14 veces compartido

👍 Me gusta    🗨️ Comentar    ➦ Compartir    🔥

Más relevantes ▾

**Johan Figueras**  
¿Dónde queda?  
Me gusta Responder 4 sem

**Evelyn Aaron Angel Bonino**  
Felicidades 🎉🎉  
Me gusta Responder 4 sem

**Maximiliano Ortolan**  
¿Dónde queda??  
Me gusta Responder 4 sem

**Maria Acosta**  
Felicitaciones! Un orgullo para su familia!  
Me gusta Responder 4 sem

<b>Temática</b>	Capacitación en oficios
<b>Descripción</b>	Experiencia de graduado emprendedor
<b>Fecha</b>	11/10
<b>Red Social</b>	Facebook
<b>Formato</b>	Feed
<b>Alcance</b>	10700
<b>Interacción</b>	392
<a href="#">Enlace</a>	

En primer lugar, considerando que únicamente tres de las publicaciones durante este periodo fueron promocionadas mediante publicidad paga, resulta necesario realizar un análisis particular.

Por un lado, es destacable que el alcance de estas tres publicaciones es significativamente mayor en comparación con las demás, llegando a triplicar el alcance de las publicaciones con mayor alcance sin publicidad.

A pesar de ello, el número de interacciones en estas publicaciones no presenta una diferencia tan pronunciada en comparación con las publicaciones que obtuvieron mayor interacción sin recurrir a la publicidad. Considerando su amplio alcance, es decir, la cantidad de usuarios alcanzados, las interacciones son proporcionalmente más bajas. Sin embargo, sigue siendo notable que estas publicaciones se encuentren entre las cinco con mayor interacción.

Es importante señalar que, al analizar estos datos para comprender la relación y conexión del movimiento con su audiencia, resulta fundamental reconocer la presencia de publicidad como un factor diferenciador. No sería justo equiparar estas publicaciones con el resto, ya que al utilizar publicidad, las dinámicas que rigen su visibilidad no son las mismas que las de las publicaciones orgánicas.

Cada una de estas publicaciones está relacionada con los cursos de formación en oficios que ofrece el MSR, proporcionando distintas perspectivas sobre la labor de la organización. La publicación con el mayor alcance es un video tipo reel que documenta el curso inicial de tatuajes. Este material visual muestra diversas actividades en el aula, respaldado por la narración de la profesora, quien expone los objetivos y ventajas de participar en esta capacitación. Es importante destacar que este formato, caracterizado por videos con narración en off, está en tendencia, especialmente en Instagram, atrayendo a un público más joven. Actualmente, los reels suelen obtener la mayor audiencia y generar más interacción gracias a algoritmos y al creciente interés en este tipo de contenido.

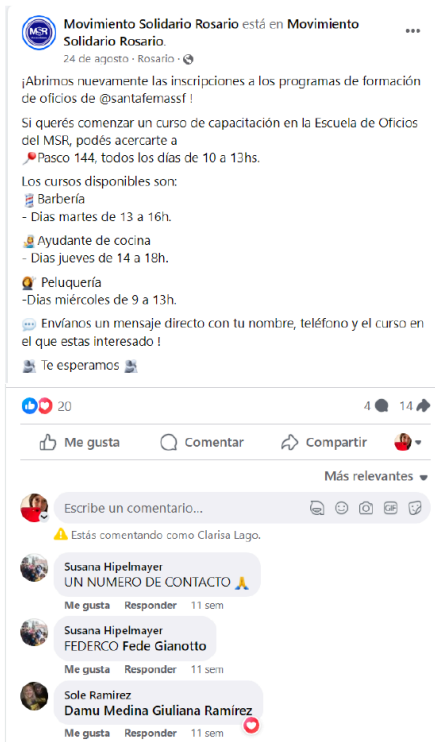
La segunda publicación con mayor alcance, es un flyer que anuncia la apertura de inscripciones al curso de herrería y soldadura. En este caso, el formato elegido es un diseño basado en una fotografía, con un enfoque informativo. Es importante destacar que la

estrategia de promoción de este contenido está dirigida a un público específico: jóvenes de entre 16 y 30 años interesados en adquirir habilidades en oficios con proyecciones laborales, aprovechando los algoritmos de segmentación de audiencias en redes sociales.

Finalmente, la tercera publicación con mayor alcance presenta la historia de vida de un joven que se formó en uno de los cursos de la escuela de oficios y ahora ha establecido su propio emprendimiento de peluquería. Esta combinación de formatos, que incluye fotografías, videos y diseños, tiene como objetivo evidenciar resultados exitosos de la labor de la escuela de oficios. A través de un testimonio, se destaca la viabilidad de la inserción laboral gracias a las oportunidades facilitadas por el MSR. Es necesario subrayar que esta publicación puede resultar de interés tanto para el público objetivo de la escuela de oficios (jóvenes de entre 16 y 30 años interesados en aprender un oficio como salida laboral) como para aquellos seguidores que respaldan el trabajo del movimiento. No solo se trata de demostrar la calidad de los cursos, sino también el impacto real que tienen en la transformación de la sociedad.

**Publicaciones con mayor alcance sin publicidad:**

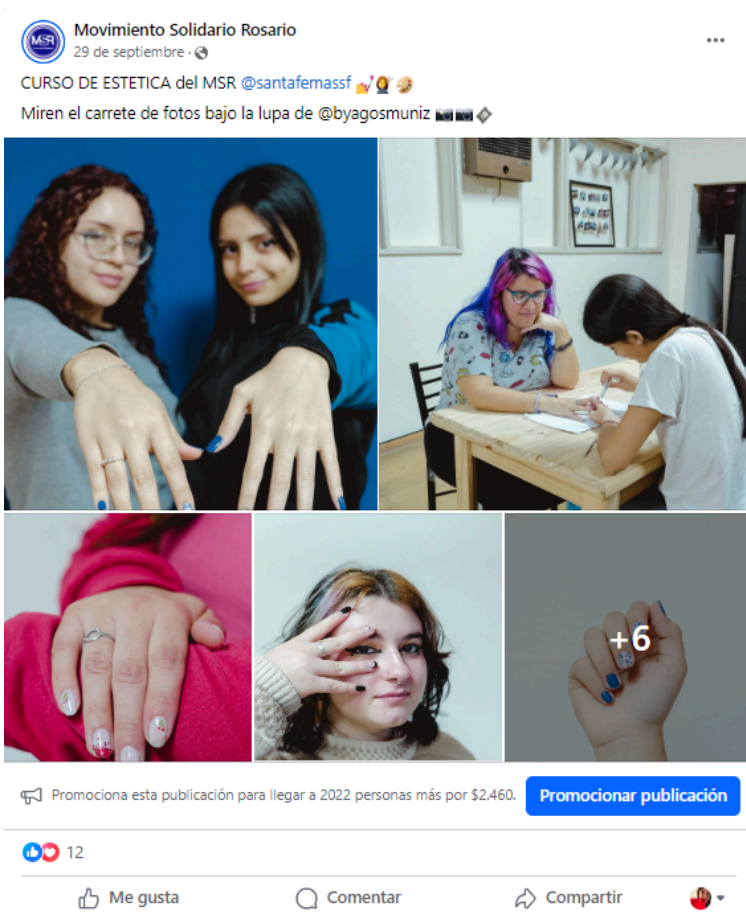
1)



<b>Temática</b>	Capacitación en oficios
<b>Descripción</b>	Inscripción a los cursos de la Escuela de Oficio
<b>Fecha</b>	24/08
<b>Red Social</b>	Facebook
<b>Formato</b>	Feed
<b>Alcance</b>	4200
<b>Interacción</b>	75
<b>Enlace</b>	

2)





<b>Temática</b>	Capacitación en oficios
<b>Descripción</b>	Curso de estética
<b>Fecha</b>	29/09
<b>Red Social</b>	Facebook
<b>Formato</b>	Feed
<b>Alcance</b>	3200
<b>Interacción</b>	19
<b><a href="#">Enlace</a></b>	

Las publicaciones orgánicas con mayor alcance también están directamente relacionadas con la capacitación en oficios. La primera, de carácter informativo, anuncia la reapertura de inscripciones para cursos específicos. La segunda y tercera publicación tienen un formato

de galería de imágenes, detallando el funcionamiento y las actividades de dos cursos distintivos: cocina y estética.

En todos los casos, estas publicaciones siguen el formato estándar del feed, presentando galerías de imágenes que buscan capturar las dinámicas de los cursos. Cada galería está acompañada por un breve texto que, en lugar de profundizar en algún aspecto particular, invita a los usuarios a explorar visualmente el contenido. En este sentido, se establece una jerarquía donde las imágenes toman protagonismo por sobre la narrativa.

## Publicaciones con mayor interacción sin publicidad

1)



Les gusta a macarenalopezdiaz y 100 más

movimientosolidario ✨ ¡Queremos compartir algo que nos llena de alegría y pasión! 🔥  
 Como institución, tenemos un propósito que nos mueve y nos importa profundamente. 🙌  
 #MisiónCumplida #ObjetivosAlcanzados 🙌 ✨

🙌 Conoce a Abigail, una verdadera inspiración. 🙌 ✨ En el año 2022, participó en nuestros cursos de Ayudante de Cocina 🍳 y Panadería y Pastelería 🍰 del programa de oficios de @santafemassf Hoy en día, Abigail está triunfando en el mercado laboral! 🙌 ✨ #ExitoProfesional #SantaFeMás

@paicococina es un espacio que está creciendo mucho, actualmente abastece a cafés y bares de la ciudad ☕ 🍰 que le dio un espacio a jóvenes que se formaron en nuestro espacio -Movimiento solidario Rosario-

Nuestro objetivo está cumplido, que las personas que se han formado y se están formando en nuestro espacio, puedan tener una oportunidad, aprender, capacitarse y crecer! Que todo culmine en su inserción y autonomía laboral 🙌 ✨ 🙌 ✨ 🙌 ✨

🙌 ¡Te invitamos a echar un vistazo a lo que hacemos! ✨ 🔍 Descubre nuestro trabajo a través de nuestras fotos y videos. 📸 📹 #LoQueHacemos #pasiónpormuestrotrabajo

Ver los 4 comentarios  
 21 de septiembre · Ver traducción

<b>Temática</b>	Capacitación en oficios
<b>Descripción</b>	Experiencia de graduados emprendedores
<b>Fecha</b>	21/09
<b>Red Social</b>	Instagram
<b>Formato</b>	Feed
<b>Alcance</b>	1300
<b>Interacción</b>	110
<b>Enlace</b>	

2)



Les gusta a macarenalopezdiaz y otros  
 movimientosolidario Nivel inicial al tatuaje

Desde #MSR queremos presentarles el nuevo curso que estaremos dando en nuestro espacio ubicado en Pasco 144

En este curso de nivel inicial al tatuaje, el contenido que se aprenderá será el siguiente:

- Seguridad e higiene de contaminación cruzada
- Herramientas y mesa de trabajo
- Tipos de máquinas e insumos
- Composición y desarrollo de diseño

Inscripciones link en bio  
<https://forms.gle/fxPbxCQKcN7RY1no8>

#tattoo #tattoos #curso #santafemás #movimientosolidariosario #rosario

Ver los 7 comentarios

<b>Temática</b>	Capacitación en oficios
<b>Descripción</b>	Inscripción curso de tatuaje
<b>Fecha</b>	07/09
<b>Red Social</b>	Instagram
<b>Formato</b>	Feed
<b>Alcance</b>	1600
<b>Interacción</b>	109
<b>Enlace</b>	

3)



<b>Temática</b>	Capacitación en oficios
<b>Descripción</b>	Experiencia de graduada emprendedora
<b>Fecha</b>	24/10
<b>Red Social</b>	Instagram
<b>Formato</b>	Feed
<b>Alcance</b>	1300
<b>Interacción</b>	101
<b>Enlace</b>	

Las publicaciones con mayor interacción, también vinculadas a la capacitación en oficios, presentan similitudes en su enfoque, tanto en la primera como en la tercera. Ambas comparten un formato que combina galerías de imágenes y videos, centrándose en relatar las historias de vida de distintos alumnos de los cursos de oficios que, gracias a las oportunidades brindadas por el MSR, han logrado establecerse laboralmente. A diferencia de lo mencionado anteriormente, en este caso, los textos adquieren una mayor extensión, y la narrativa cobra una importancia sustancial, siendo a través de este relato donde se transmite la esencia de la historia. Las imágenes, si bien acompañan, por sí solas no logran expresar plenamente el contenido.

En contraste, la segunda publicación adopta un enfoque diferente como un flyer informativo, centrado en la promoción de las inscripciones para el curso de tatuajes.

# Redacción de textos para la web

## Inicio

- Menú (presente en todas las secciones).

**Quiénes somos - Nuestros proyectos - Voluntariado - Quiero colaborar**

- Bloque 1

**Tu aporte impulsa la esperanza**

*[(botón) Quiero colaborar - enlace sección "Quiero colaborar"]*

- Bloque 2

Somos personas ayudando a otras personas: trabajamos solidariamente para generar nuevas oportunidades.

*[(botón) Leer más - enlace sección "Quiénes somos"]*

- Bloque 3

**Tu participación genera el cambio**

*[(botón) Quiero participar - enlace sección "Voluntariado"]*

- Bloque 4

**Proyectos en marcha**

Red por la Asistencia Alimentaria - Impulsamos seguridad alimentaria junto a comedores y merenderos en los barrios más postergados.

*[Imagen con enlace hacia la sección "Red por la Asistencia Alimentaria"]*

Campañas Solidarias - Impulsamos acciones colectivas que generan un impacto directo en la comunidad.

*[Imagen con enlace hacia la sección "Campañas Solidarias"]*

Escuela de Oficios - Impulsamos formación y trabajo brindando cursos de capacitación para jóvenes.

*[Imagen con enlace hacia la sección "Escuela de Oficios"]*

- Bloque 5

Centro Cultural MSR. Pasco 144, Rosario, Santa Fe.

*[Mapa incrustado con enlace a Google Maps]*

- Pié de página (presente en todas las secciones).
  - *Logo Movimiento Solidario Rosario*
  - *Íconos de redes sociales de Instagram, Facebook, X y Youtube, con los hipervínculos correspondientes a cada cuenta.*
  - *Formulario de Contacto:*

**Contacto - Nombre - Correo - Teléfono - Mensaje**

## **Sección “Quiénes Somos”**

### **Somos Solidaridad**

Somos una organización social solidaria que se dedica a impulsar proyectos con el fin de garantizar derechos allí donde no llegan. A través del trabajo voluntario, extendemos nuestra ayuda a personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad social.

Somos personas ayudando a otras personas, con la convicción de que estas acciones representan una oportunidad para establecer un diálogo significativo con la comunidad, y fundamentalmente impulsar su empoderamiento.

### **Misión**

Nuestra misión es brindar oportunidades a aquellos que les han sido negadas y trabajar conjuntamente para transformar sus realidades y restituir sus derechos.

Buscamos promover el trabajo colectivo y el voluntariado, para llegar a miles de personas que enfrentan diversas problemáticas socioeconómicas.

## **Sección “Voluntariado”**

**Tu participación genera el cambio**

*[(botón) Quiero participar- enlace a formulario de contacto de Voluntariado]*

El voluntariado es una poderosa expresión de solidaridad que refleja nuestro compromiso con las necesidades de nuestra comunidad y los objetivos colectivos.

Dondequiera que existan esas necesidades, organizaciones como la nuestra dependen de personas como vos, que están dispuestas a participar de manera activa, voluntaria y solidaria.

Juntos, podemos lograr un impacto significativo en nuestra comunidad y construir un mundo más justo y solidario.

### **Red por la Asistencia Alimentaria**

Involucrate en las actividades organizadas junto a los comedores y merenderos comunitarios que conforman la Red.

### **Campañas Solidarias**

Colaborá en las distintas campañas y acciones solidarias que realizamos durante el año, como festivales solidarios, el operativo invierno y colectas.

### **Actividades en Territorio**

Sumate a las diferentes actividades impulsadas en territorio, como festejos del mes de las infancias, peluquería solidaria y más.

### **SUMATE HOY**

*[(botón) Quiero ser voluntario - enlace a formulario de contacto de Voluntariado]*

## **Sección “Quiero colaborar”**

### **Tu aporte impulsa la esperanza**

Tu colaboración tiene un impacto directo en la lucha contra el hambre, fortaleciendo la asistencia alimentaria a miles de familias.

*[(Botón) QUIERO SER SOCIO / QUIERO HACER UNA ÚNICA DONACIÓN - enlaces a sus formularios correspondientes]*

Con tu donación fortalecemos una enorme red que trabaja todos los días por una sociedad más inclusiva.

*[(botón) Leer más - enlace sección "Red por la Asistencia Alimentaria"]*

Gracias al aporte solidario, podemos seguir promoviendo la igualdad de derechos, y generar nuevas oportunidades a personas que no las han tenido.

Si querés colaborar con ropa de abrigo, frazadas, alimentos u otros artículos, comunicate con nosotros: @movimientosolidario.com.ar

## **Sección "Nuestros proyectos"**

### **Hacer posible un futuro mejor**

#### **Proyectos en marcha**

Con la convicción de que nuestras acciones generan un cambio significativo, creamos proyectos transformadores que fomentan la inclusión, garantizan derechos y abren nuevas oportunidades para el futuro.

- ❖ Red Solidaria de Comedores *[Imagen con enlace hacia la sección "Red por la Asistencia Alimentaria"]*
- ❖ Escuela de Oficios *[Imagen con enlace hacia la sección "Escuela de Oficios"]*
- ❖ Campañas Solidarias *[Imagen con enlace hacia la sección "Campañas Solidarias"]*
- ❖ Centro Cultural MSR *[Imagen con enlace hacia la sección "Centro Cultural MSR"]*
- ❖ Peluquería Solidaria *[Imagen con enlace hacia la sección "Peluquería Solidaria"]*
- ❖ Alfabetización y Apoyo Escolar *[Imagen con enlace hacia la sección "Alfabetización y Apoyo Escolar"]*

## **Sección "Red Por la Asistencia Alimentaria"**

## **Red por la Asistencia Alimentaria**

*[(botón) Quiero colaborar - enlace sección "Quiero colaborar"]*

### **Organizando la solidaridad**

La Red por la Asistencia Alimentaria es un espacio conformado por comedores y merenderos comunitarios de la ciudad de Rosario y alrededores, que trabajan incansablemente para que todas las personas tengan acceso a un plato de comida.

Realizamos entregas periódicas de alimentos a cada una de las organizaciones territoriales, para potenciar su labor y fortalecer a toda la comunidad con herramientas solidarias, de contención y asesoramiento.

Gracias al esfuerzo de muchas personas esenciales, hoy podemos ofrecer asistencia alimentaria a miles de familias en los barrios más necesitados.

### **Nuestro impacto en la comunidad**

- 30 Comedores y Merenderos Comunitarios
- 2800 Familias asistidas
- 8000 Raciones de comida por mes
- 6000 KG de comida entregada por mes
- 100 Militantes sociales, voluntarios, cocineras, referentes comunitarios.

## **Sección "Escuela de Oficios"**

### **Escuela de Oficios**

#### **Construyendo puentes de futuro**

La Escuela de Oficios es un espacio de aprendizaje creado con el objetivo de abrir puertas laborales a aquellas personas que enfrentan dificultades para acceder al empleo.

Nuestra misión principal es facilitar su inserción en el mercado laboral.

Ofrecemos una amplia gama de cursos de capacitación en diferentes oficios, donde teoría y práctica se unen en un espacio de colaboración y creación para aprender haciendo.

Todos los cursos cuentan con certificación.

Están principalmente dirigidos a jóvenes de entre 16 y 30 años, y tienen entre 8 y 10 meses de duración.

### **De la capacitación a las oportunidades**

Estamos fuertemente comprometidos en garantizar el acceso al empleo para los jóvenes de nuestra comunidad. Por eso hemos generado lazos con diversas empresas en la ciudad de Rosario, facilitando la inserción laboral de nuestros graduados.

Gracias a la visión solidaria de estas empresas, muchos jóvenes egresados de nuestra Escuela de Oficios ya se encuentran trabajando.

Si tenés una empresa, pyme o cooperativa y necesitas contratar trabajadores capacitados en alguno de estos oficios, escribinos a [@movimientosolidario.com](mailto:@movimientosolidario.com)  
¡CONSTRUYAMOS JUNTOS NUEVAS OPORTUNIDADES!

## **Sección “Campañas Solidarias”**

### **Acciones colectivas para un mundo mejor**

Desde los inicios de nuestra organización, impulsamos diversas campañas solidarias a lo largo del año para brindar ayuda a quienes más lo necesitan.

**Festivales Solidarios:** A lo largo de nuestros 15 años, organizamos diversos festivales gratuitos en la ciudad, con la participación de artistas comprometidos con causas sociales. Estos festivales tienen como objetivo recolectar alimentos no perecederos y otras donaciones, valiéndonos del arte y la cultura como herramientas para sensibilizar a la comunidad y promover la solidaridad.

**Operativo Invierno:** Cada año realizamos una colecta de frazadas y ropa de abrigo para llevar a los barrios que más lo necesitan. El invierno representa una época especialmente difícil para aquellos que carecen de recursos, y nos comprometemos a enfrentar esta problemática mediante la solidaridad.

**Mes de las Infancias:** dedicamos el mes a una campaña especial de colecta de juguetes para distribuir en los barrios donde colaboramos con comedores y merenderos. Invitamos a toda la comunidad a unirse a esta causa, donando juguetes para compartir momentos de felicidad en las celebraciones del Día de las Infancias.

**La Última Recorrida:** En diciembre de cada año, entregamos alimentos navideños y juguetes en hospitales, centros maternos y centros de niñez y familia. A través de este gesto, extendemos una mano solidaria para compartir un momento de alegría y esperanza junto a los niños y niñas que atraviesan momentos difíciles durante la temporada de fiestas.

**Colecta de útiles escolares:** Durante los meses de febrero y marzo, recibimos donaciones de útiles y materiales escolares para distribuir entre los niños y niñas que participan en las actividades de los espacios comunitarios. Creemos que todos los niños tienen derecho a realizar su trayecto escolar en igualdad de condiciones y con todos los recursos necesarios.

## **Sección “Centro Cultural MSR”**

### **Centro Cultural MSR**

#### **Cultura en Movimiento**

El Centro Cultural Movimiento Solidario es un espacio de encuentro abierto a toda la comunidad, donde organizamos eventos, actividades artísticas y educativas, con el propósito de promover la cultura y hacerla accesible para todos.

Desde su apertura, hemos llevado a cabo talleres de folclore, tango, yoga, así como capacitaciones en RCP y primeros auxilios, ofreciendo a los vecinos y vecinas un lugar para la recreación, el disfrute y el aprendizaje.

## **Sección “Peluquería Solidaria”**

### **Peluquería Solidaria**

#### **Cambiando sonrisas a través de la solidaridad**

La Pelu solidaria es una herramienta que construimos junto a los cursos de Peluquería y Barbería de la Escuela de Oficios, para ofrecer a niños y niñas cortes de pelo gratuitos y solidarios en los barrios más postergados de Rosario.

Defendemos el derecho de las infancias a elegir, disfrutar y sentirse bien. Creemos que cada niño y niña merece acceder a servicios básicos que les permitan expresarse y cuidar de su bienestar de manera integral.

Realizamos jornadas de encuentro en los espacios comunitarios, donde compartimos merienda, juegos, y una peluquería móvil donde jóvenes de la Escuela de Oficios, aprovechan este espacio para poner en práctica todo lo aprendido.

## **Sección “Apoyo Escolar y Alfabetización”**

### **Educación**

#### **Apoyo Escolar**

Junto a distintos espacios comunitarios llevamos adelante talleres de apoyo escolar destinados a las infancias y adolescencias. Son espacios lúdicos pedagógicos para acompañar los procesos de aprendizajes y promover la permanencia en la escuela.

Compartimos la merienda, mientras realizamos tareas escolares y ejercicios didácticos. Organizamos visitas educativas y recreativas para enriquecer nuestro aprendizaje y celebramos cumpleaños, reconociendo la importancia de crear entornos que promuevan el disfrute y la alegría.

#### **Alfabetización**

Gracias a nuestro compromiso con el trabajo voluntario, cada año llevamos a cabo talleres de alfabetización destinados a jóvenes y adultos que no han tenido acceso a la educación formal ni la oportunidad de aprender a leer y escribir.

Reconocemos que la alfabetización es un derecho fundamental que tiene el poder de transformar la vida y dignidad de las personas: promueve oportunidades, fomenta la participación y fortalece la conciencia del propio valor. Nuestro objetivo es que estos talleres

sirvan como el primer paso hacia una vida en la que puedan ejercer plenamente sus derechos.

## Bibliografía

- Balbis, Jorge (2001) "Ong's, Gobernancia y Desarrollo En América Latina y el Caribe", UNESCO, París.
- Capriotti, Paul (1999) "Planificación estratégica de la imagen corporativa", Málaga, España.
- Capriotti, Paul (2021) "DircomMAP. Dirección Estratégica de Comunicación", Barcelona: Bidireccional.
- Comba, Silvia (2008) "Ciberculturas, organizaciones y gestión de la comunicación". FISEC-Estrategias - Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
- Comunia Asociación Civil (2012) "Manual de Comunicación para Organizaciones Sociales: hacia una gestión estratégica y participativa.", Buenos Aires, Argentina.
- Flores, Fernando (1999) "Creando organizaciones para el futuro.", Santiago de Chile, Chile.
- HINE, Christine. (2000) "Etnografía virtual". Barcelona, España. Editorial UOC.
- Lorés, Jesús y Granollers, Toni (2003) "La Ingeniería de la Usabilidad aplicada al diseño y desarrollo de sitios Web", Universidad de Lleida.
- Massoni, Sandra (2005) "Estrategias como mapas para navegar un mundo fluido."
- Observatorio de política criminal de la ciudad de Buenos Aires (2021) "Un sueño de paz". Disponible en: [https://indexante.s3.amazonaws.com/shop1012800.images.un\\_sueno\\_de\\_paz.pdf?&date=1689445080099](https://indexante.s3.amazonaws.com/shop1012800.images.un_sueno_de_paz.pdf?&date=1689445080099)
- ROST, A. (2003) Una propuesta metodológica para estudiar el hipertexto en el periódico digital. Revista Análisis. Disponible en: [dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=899292](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=899292)
- ROST, A. (2006) La interactividad en el periódico digital. Tesis doctoral Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en:

[www.academia.edu/1477518/La\\_interactividad\\_en\\_el\\_periodismo\\_digital\\_tesis\\_doctoral\\_2006](http://www.academia.edu/1477518/La_interactividad_en_el_periodismo_digital_tesis_doctoral_2006)

- SALAVERRIA R. (2004) Diseñando el lenguaje del ciberperiodismo. Revista Chasqui, No. 086, 38-45
- Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1984) Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados. Paidós.
- Uranga, Washington (2005) “La comunicación es acción: comunicar desde y en las prácticas sociales”, Buenos Aires, Argentina.
- Uranga, Washington (2008) “Prospectiva estratégica desde la comunicación”, Buenos Aires, Argentina.
- Vasilachis de Gialdino, I. (1993) Métodos Cualitativos I Los problemas teóricos epistemológicos. Buenos Aires, Argentina: Centro Editor de América Latina.
- Wainerman, C. y Sautu, R (1997). La trastienda de la Investigación. Belgrano.