



Los e-boletines en las organizaciones no lucrativas de España: una herramienta de comunicación multicanal

Eva Bocco Nieto y María A. Miralles González-Conde,
Universidad Católica San Antonio de Murcia.

ABSTRACT

El artículo pretende realizar una descripción de los principales e-boletines de las ONL's que tienen presencia en España. La muestra seleccionada es de 50 ONLs, en las que analizaremos la utilización de los *e-boletines*. Pretendemos realizar una descripción sobre los formatos de los *e-boletines* que se observan en las ONL's con presencia en Internet.

El criterio para centrarnos en el análisis de los *e-boletines* se debe a la trascendencia de estos como herramienta de comunicación *on line*. Si bien en Internet el sitio web constituye el sitio de información corporativa por excelencia de las ONL's, creemos que el análisis de una herramienta de carácter más específico como es el *e-boletín* informativo permite, además, describir otros aspectos: tal es el caso de la periodicidad, la disposición de los contenidos, las diversas temáticas, etc.

De forma progresiva, se considera y reconoce en el área publirelacionista la utilidad que reporta el *e-boletín* como herramienta de comunicación en el sentido más amplio del término. Por este motivo consideramos su inclusión en esta comunicación.

El criterio que utilizamos para el análisis de los *e-boletines* de las ONL's responde a:

- ONL's que tienen un mayor compromiso con la sociedad, a través de diversos proyectos de cooperación y apoyo social.
- ONL's que despliegan un mayor número de proyectos alrededor de la geografía mundial para el apoyo de la población más necesitada.
- ONL's que ostentan un mayor peso - instituciones sin ánimo de lucro - que se caracterizan por el apoyo a la cultura, la cooperación internacional, el medio ambiente, la educación y la salud, y que

despliegaIn un mayor número de proyectos (entes de voluntariado).

- ONL's (fundaciones) que se preocupan por el desarrollo de la sociedad, de capital español, y que son financiadas por cinco empresas importantes de España mejor posicionadas en el *Ranking general de empresas, Merco 5ª edición 2005*.

Los datos de las ONL's con presencia en Internet se extraen del *Directorio electrónico* de ONL's (Coordinadora de Organizaciones No Gubernamentales de Cooperación para el Desarrollo; España: 2000), y del Portal Digital *Canal Solidario* (red internacional *One World*, dedicada al rápido crecimiento de la Sociedad y a la construcción de un mundo global más justo).

LOS E-BOLETINES EN LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS DE ESPAÑA: UNA HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN MULTICANAL

Introducción:

El artículo pretende realizar una descripción de los principales *e-boletines* de las ONL's que tienen presencia en España. Nuestro propósito es identificar algunos de los elementos constitutivos de los formatos de los *e-boletines*, que se observan en las ONL's con sede en España y con presencia en Internet.

De forma progresiva, se considera y reconoce en el área publicirrelacionista la utilidad que reporta el *e-boletín* como herramienta de comunicación *on line* - en el sentido más amplio del término -. Este es el motivo fundamental que nos lleva a centrarnos en el *e-boletín* de las ONL's mencionadas.

El objetivo del e-boletín como herramienta de comunicaciones es construir relaciones duraderas de la organización con sus públicos internos y/o externos, reales y/o potenciales, a través de contenidos divulgativos o especializados. La configuración del mensaje, la determinación de los públicos-meta y la selección de canales y soportes constituyen los ejes fundamentales del programa de comunicación del e-boletín, como parte del plan de comunicación de la organización (Bocco, 2004:139-140).

Dar a conocer al mundo, a una sociedad concreta o cualquier otro grupo de



carácter social las situaciones que necesitan una especial atención para el desarrollo del ser humano y para la mejora y sostenimiento de su calidad de vida es el objetivo común de las ONL's. Vidal Climent expone esta naturaleza como se recoge a continuación:

Las empresas comunican para existir, pero las organizaciones del tercer sector existen para comunicar, para transmitir sus valores a la sociedad. Se puede decir que la comunicación forma parte de la esencia misma de estas organizaciones, y está presente en todos sus procesos, en toda la gestión. No agotan su misión en la prestación de servicios, con la mayor calidad posible, sino que encuentran su razón de ser en la transmisión a la sociedad de determinados valores que la hacen más democrática, más habitable, más humana (Vidal Climent, 2004:322).

Todo aquello que posibilite y mejore la comunicación de los mensajes necesarios para la actuación de las organizaciones del Tercer Sector es susceptible de convertirse en objeto de estudio. En este sentido la herramienta que se analiza puede suponer una mejora para la estrategia de comunicación de las organizaciones que se abordan.

El estudio parte de la definición de Organización No Lucrativa elaborada por el Centro de Información Empresarial de ESADE con la colaboración de Pau Vidal¹:

Una asociación u organización no lucrativa es una entidad constituida para prestar un servicio(s) que mejore o mantenga la calidad de vida de la sociedad; formada por un grupo de personas que aporta su trabajo voluntario para liderar la entidad; no dedicada al lucro personal de ninguno de sus miembros/socios/fundadores; y que tiene carácter no gubernamental (ESADE, 2004:1).

En el tercer sector conviven las asociaciones y las fundaciones, cuya diferencia se observa en su forma jurídica, aunque su finalidad en sentido amplio, es decir, su finalidad social en última instancia las hace confluir en su función

Centro de Información Empresarial de ESADE con la colaboración de Pau Vidal. Flashes Sectoriales. TERCER SECTOR. Organizaciones No Lucrativas: Asociaciones y Fundaciones. La Guía empresarial de ESADE <http://www.guiame.net> [en línea] (consulta 050515).

social. A continuación podemos observar las principales diferencias entre unas y otras:

Asociaciones	Están formadas por socios que, asambleariamente y por medio de una votación, escogen a los máximos responsables con una periodicidad concreta. Los estatutos de cada asociación establecen los requisitos para ser socio, las condiciones para poderse presentar a un cargo de responsabilidad, el plazo de estos cargos y todas las otras cuestiones relacionadas con la dirección de la asociación. Normalmente los estatutos de las asociaciones definen como máximos responsables un presidente, un secretario, un tesorero y un número indeterminado de vocales. Todas estas personas, bajo la dirección del presidente forman lo que se llama la directiva de la asociación.
Fundaciones	Normalmente han sido fundadas por una persona o grupo de personas con una aportación de dinero o patrimonio inicial, que se llama capital fundacional, para conseguir un objetivo determinado. Las personas fundadoras escogen una serie de patronos que formarán el patronato de la fundación y se encargarán de velar por el objetivo fundacional. Los estatutos de la fundación también establecerán con qué periodicidad se renuevan estos patronos y de qué manera. Para el correcto cumplimiento de la voluntad fundacional, las fundaciones privadas de nuestro país están sometidas al control de un protectorado.

(Vernis y otros, 2004:60).

Si bien estas diferencias nos permiten reconocer los elementos distintivos según su forma jurídica, existe una perspectiva en la que desde el estudio realizado pueden ser consideradas en su acción comunicativa. En la investigación realizada confluyen en el uso de la herramienta de comunicación *on line e-boletín*. Incluimos la definición de Noguero sobre fundaciones, por que reviste la trascendencia de las mismas desde su función social:



La fundación es igual a "función social", y por extensión a "actividad o labor social" en un sentido amplio. Puesto que cabe a la perfección "lo material", ayuda directa y personal; y "lo espiritual", en un sentido estético y cultural... es evidente que las fundaciones son las organizaciones no lucrativas por excelencia, pero en su inmensa mayoría son desconocidas por el gran público (Noguero; 1996:189-190).

Las características que presenta el Tercer Sector, según el documento de referencia arriba indicado de ESADE, establecen el alcance tanto de las asociaciones como de las fundaciones. Estas características son:

1. Entidades que prestan un servicio a la sociedad. Conocidas también como organizaciones sociales
2. Organizaciones de voluntariado
3. Entidades sin ánimo de lucro
4. Organizaciones no gubernamentales, separadas de las administraciones públicas (ESADE, 2004:3).

Por otra parte, las organizaciones del Tercer Sector se clasifican en función del ámbito de actuación, es decir, las áreas en las que desarrollan su actividad:

CLASIFICACIÓN DEL SECTOR

1. *Tiempo libre*
2. *Cultura*
3. *Comunicación*
4. *Educación*
5. *Deportes*
6. *Sociedad*
7. *Apoyo Social*
8. *Cooperación Internacional*
9. *Medio Ambiente*
10. *Economía Social*
11. *Salud (ESADE Pau Vidal, 2004: 3)*

En esta clasificación encuentran su sitio/ámbito de actuación social tanto las

fundaciones como las asociaciones seleccionadas en la muestra. Junto a la dimensión comunicativa de las ONL's se encuentra la realidad social que permite comprender su razón de ser.

Las organizaciones del Tercer Sector nacen en grupos sociales y/o sociedades avanzadas desde el punto de vista social: como respuesta responsable ante situaciones de deterioro social tanto material como *espiritual en un sentido estético y cultural* (Noguero, 1996) de un grupo social o una sociedad determinada. El asociacionismo relaciona a la gestión de las ONL's el concepto de riqueza solidaria:

Nosotros pensamos que el asociacionismo es principalmente la expresión de la riqueza solidaria y democrática de una sociedad, así como una prueba de su corresponsabilidad (Vernis y otros, 2004: 30).

El presente trabajo pretende contribuir a la mejora de la utilización de los *e-boletines* por parte de las ONL's.

Metodología utilizada en la investigación:

La muestra seleccionada es de 50 ONL's en las que analizamos la utilización de los *e-boletines*. La elección de los *e-boletines* como objeto de estudio se debe a su trascendencia como herramienta de comunicación *on line* en ascenso.

Si bien en Internet el lugar institucional/sitio web constituye el sitio de comunicación e información corporativa por excelencia de las ONL's, el análisis de una herramienta de carácter más específico como es el *e-boletín* informativo permite, además, describir otros aspectos: tal es el caso de la cabecera, el formato/soprote, los tipos de recepción, la periodicidad y la utilización de otras herramientas de comunicación *on line* en el *e-boletín*.

El criterio de selección de las ONL's utilizado para el análisis de los *e-boletines* responde a:

- ONL's que tienen un mayor compromiso con la sociedad, a través de diversos proyectos de cooperación y apoyo social.



- ONL's que despliegan un mayor número de proyectos alrededor de la geografía mundial para el apoyo de la población más necesitada.

- ONL's que ostentan un mayor peso - instituciones sin ánimo de lucro - que se caracterizan por el apoyo a la cultura, la cooperación internacional, el medio ambiente, la educación y la salud, y que despliegan un mayor número de proyectos (entes de voluntariado).

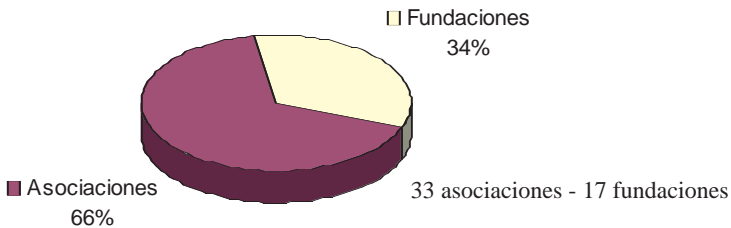
- ONL's que se preocupan por el desarrollo de la sociedad (fundaciones)² .

Los sitios web consultados de las ONL's en Internet se han seleccionado del *Directorio electrónico de ONL's* (Coordinadora de Organizaciones No Gubernamentales de Cooperación para el Desarrollo; España: 2000) y del Portal Digital *Canal Solidario* 3.

El instrumento utilizado para la recogida de datos es una tabla de entrada doble con los siguientes campos: *Nombre de la ONL, Actividad de la ONL, Dirección de la ONL, Dirección del sitio web de la ONL, e-mail de contacto de la ONL, Nombre del e-boletín, Formato del e-boletín, Tipos de recepción del e-boletín, Periodicidad del e-boletín, Otras herramientas de comunicación on line en el e-boletín y Observaciones.*

Resultados del análisis de los e-boletines de las 50 ONL's más importantes con sede en España y presencia en Internet

Las 50 ONL's analizadas con sede en España



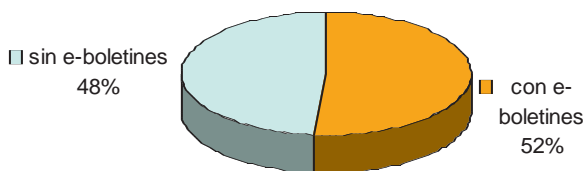
2. Se han incluido en la muestra siete fundaciones de capital español que son financiadas por siete empresas importantes de capital español. Éstas empresas se encuentran entre las 10 empresas mejor posicionadas en el *Ranking general de empresas, Merco 5ª edición 2005.*

3. Red internacional *One World*, dedicada al rápido crecimiento de la Sociedad y a la construcción de un mundo global más justo.

Las 33 asociaciones representan el 66% de la muestra analizada, y las 17 fundaciones el 34%. De las 17 fundaciones analizadas (100%), hay 7 fundaciones (41%) que pertenecen a 7 de las 10 empresas más reputadas del panorama español sobre un total de 100 (MERCO: 2005). Estas fundaciones son las siguientes: Fundación Telefónica, Fundación Repsol-YPF, Fundación BBVA, Fundación Grupo Santander, Fundación La Caixa, Fundación Iberdrola, Fundación Endesa y Fundación Sevillana Endesa⁴.

De la muestra considerada (50 ONL's), el total de asociaciones y fundaciones con *e-boletines* de las que disponemos de datos es de 21 ONL's. Al considerar estos 21 *e-boletines* como el 100%: 17 *e-boletines* corresponden a asociaciones (80%) y 4 *e-boletines* a fundaciones (20%).

Asociaciones analizadas y los e-boletines



Asociaciones: 17 con e-boletines - 16 sin e-boletines

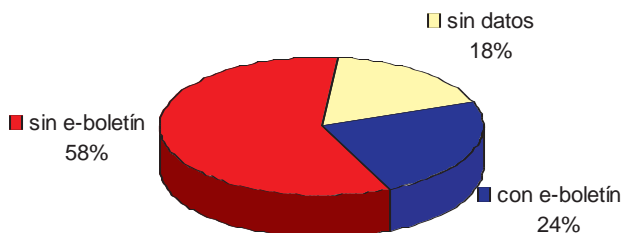
Del 100% de las asociaciones con e-boletines (17), hay 7 asociaciones cuyos e-boletines disponen de una cabecera con nombre diferente al de la ONL (41%), 8 asociaciones con e-boletines cuya cabecera coincide con el nombre de la ONL (48%), y 2 asociaciones con la cabecera del e-boletín que se denomina tan sólo "boletín" (11%).

De las 33 asociaciones (100%), 17 asociaciones poseen e-boletines (52%) y 16 asociaciones no utilizan dicha herramienta de comunicación (48%).

Las 7 empresas más reputadas del panorama español, según el Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCO), en su edición de 2005 son: Grupo Telefónica, Repsol-YPF, BBVA, Grupo Santander, La Caixa, Iberdrola, Iberia y Endesa. Ocupan respectivamente desde la 3ª hasta la 10ª posición.



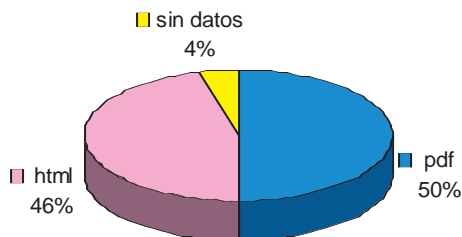
Fundaciones analizadas y los e-boletines



4 con e-boletines - 10 sin e-boletines - 3 sin datos

De las 4 fundaciones con *e-boletines* (100%): 2 fundaciones con *e-boletines* disponen de una cabecera con nombre diferente al de la ONL (50%), las otras 2 fundaciones con *e-boletines* disponen de una cabecera con el nombre de la ONL (50%).

Formatos de los e-boletines en las ONL's analizadas



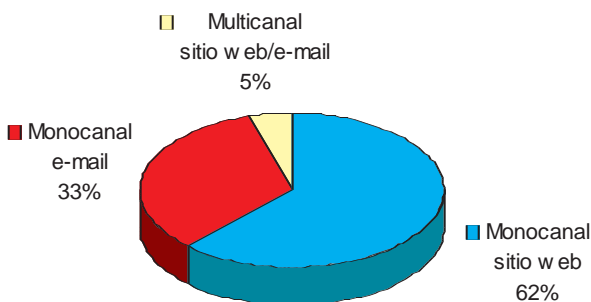
Formatos de los 21 e-boletines: 12 pdf - 9 html - 1 sin datos

Sobre el total de 22 ONL's con enlaces u opciones de suscripción a *e-boletines* (100%), se dispone de datos de sólo 21 ONL's. Se utiliza en 12 *e-boletines* el formato pdf (50%) y en 9 *e-boletines* el formato html (46%), y de 1 *e-boletín* no disponemos de datos. Una sola ONL (Solidarios para el Desarrollo) dispone del *e-boletín* en multiformato (pdf y html). Incide en el tipo de recepción (multicanal).

Si bien se ha considerado como *e-boletín* también el que se presenta en formato pdf, por su carácter informativo, se debe indicar, en este caso, que el denominado *e-boletín* es un boletín informativo impreso. Por otra parte, que

varía en la cantidad de páginas e información, y que su conversión al archivo pdf posibilita su descarga desde el sitio web de la ONL. Los otros *e-boletines* en formato html son diseñados para su acceso on line. Dicho de otra forma, son una herramienta de comunicación e información para Internet.

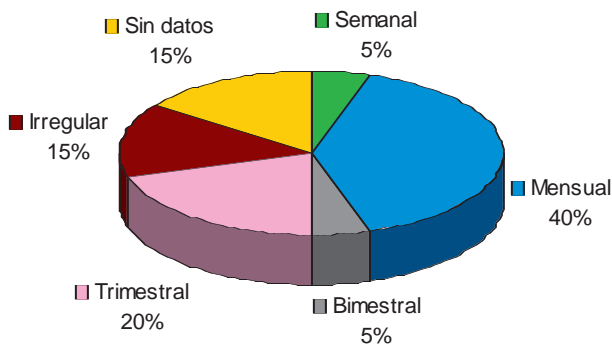
Tipos de recepción/formas de acceso al e-boletín



Tipos de recepción o formas de acceso al e-boletín: 20 monocanal - 1 multicanal

Consideramos también los tipos de recepción o formas de acceso al *e-boletín*: monocanal y multicanal. La recepción monocanal del e-boletín se desglosa en: *e-mail* (7 accesos) y sitio web (13 accesos). El tipo de recepción multicanal del *e-boletín* sólo se da en el caso de la ONL Manos Unidas: *e-mail* y sitio web.

Periodicidad de los e-boletines en las ONL's analizadas

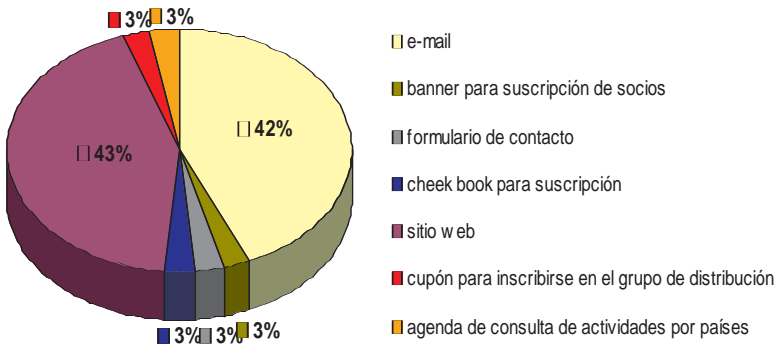


Periodicidad de los e-boletines: semanal (1), mensual (8), bimestral (1), trimestral (4), irregular (4) y sin datos (3).



La periodicidad permite inferir la importancia que se otorga al e-boletín como herramienta de contacto con los públicos. En este sentido, sólo una ONL (*Amnistía Internacional*) dispone de un *e-boletín* con carácter semanal (5%), 8 *e-boletines* son mensuales (40%), 1 *e-boletín* es bimestral (5%), 4 *e-boletines* tienen una periodicidad trimestral (20%). Otro dato a señalar es que 3 ONL's disponen de *e-boletines* con una regularidad que oscila en un período de un año entre 3 y 9 ediciones (15%) [no se mantiene constante la cantidad de *e-boletines* entre número y número en los tres últimos años, tal es el caso de *Acción contra el Hambre*, *Anesvad*, *Fundación Codespa* y *Save the Children*].

Otras herramientas de comunicación on line en el e-boletín



Herramientas de comunicación on line en el e-boletín: e-mail (16), banner para suscripción de socios (1), formulario de contacto (1), cheek book para suscripción (1), sitio web (16), cupón para inscribirse en el grupo de distribución (1) y agenda de consulta de actividades por países (1).

Por su parte, las herramientas de comunicación on line en los *e-boletines* son un indicador la potencialidad de dicho instrumento. En la actualidad se halla en un estado de escasa utilización. El *e-mail* y el sitio web son las dos herramientas que más se incluyen, están presentes en 16 *e-boletines* cada una. También se utilizan de forma aislada en distintos *e-boletines*: *banner*, formularios, *cheek book*, cupón para grupos de distribución y una agenda de consulta de actividades por países.

Conclusiones y Aportaciones



- Sólo utilizan el e-boletín como herramienta de comunicación on line 21 ONL's (42%), de las 50 ONL's analizadas (58%).
- De las ONL's que utilizan el e-boletín (21), sólo 9 e-boletines son diseñados como una herramienta de comunicación on line, con formato html.
- De las 7 fundaciones que pertenecen a 7 empresas de las 10 mejor reputadas en España (MERCOSUR: 2005), ninguna dispone de e-boletín. Si bien disponen de sitios web de gran usabilidad y recursos que podrían optimizar en una estrategia multicanal (sitio web, e-boletín, chat, foros, etc.).
- Casi el 50% de los e-boletines tiene como cabecera el nombre de la ONL. Se infiere el desconocimiento sobre la utilidad de una cabecera de un número menor de palabras y letras, de gran utilidad para cualquier herramienta de comunicación en Internet, y en particular para un e-boletín.
- El 50% de los e-boletines es de formato pdf, por lo que se deduce el amplio margen de desarrollo de formatos de una mayor utilidad en Internet - en términos de interactividad - para el sector de las ONL's.
- Los tipos de recepción monocal del e-boletín son hegemónicos (sitio web o e-mail), de lo que se deduce la potencialidad del desarrollo de estrategias de distribución multicanal, y en consecuencia, la potenciación de los soportes del e-boletín que permitan una mejor distribución y optimización de los recursos electrónicos.
- Las herramientas de comunicación on line en los e-boletines son un indicador de la potencialidad de dicho instrumento. En la actualidad se halla en un estado de escasa utilización.
- El e-boletín es una herramienta de comunicación en auge en las ONL's por su propia esencia: las ONL's existen para comunicar, para transmitir sus valores, para cumplir su función social. Toda herramienta de comunicación que haga posible este fin es útil, y en Internet también.



Bibliografía:

- Bocco Nieto, M. (2004): La irrupción de los e-boletines gratuitos en las organizaciones desde la perspectiva del DirCom, en A.A.V.V. "El Comunicador Digital", *Quaderna Editorial*.
- Bocco Nieto, M. (2004): Los e-boletines como técnica de Relaciones Públicas y la relación del one to one, en el IV Congreso de Publicidad Interactiva. Univ. de Málaga.
- Costa, J. y otros (2005) *Master DirCom Los profesores tienen la palabra, Bolivia*, Design Grupo Editorial.
- Costa, Joan; (2004): *DirCom on-line: el Master de Dirección de Comunicación a distancia*, Bolivia, Grupo Editorial Design.
- Losada, José (2004): *Gestión de la Comunicación en las Organizaciones*, Madrid, Ariel.
- Noguero Grau, A. (1996): *Programación y Técnicas de las Relaciones Públicas*, Bcn, EUB S.L.1996.
- Piñuel Raigada, J. (1997): *Teoría de la Comunicación y Gestión de las Organizaciones*, Madrid, Editorial Síntesis S.A.
- Vernis, Alfred y otros (2004): *La gestión de las organizaciones no lucrativas, Barcelona*, Editorial Deusto.
- Vernis, Alfred y otros (2004): *Los retos en la gestión de las organizaciones no lucrativas: claves para el fortalecimiento institucional del Tercer Sector*, Barcelona, Ediciones Granica.
- Vidal Climent, Vicente (2004): "La Comunicación en las Organizaciones No Lucrativas" en Bell Mallén, José: *Comunicar para crear valor*, Navarra, Editorial Eunsa.

Referencias de Internet:

- Acción contra el Hambre <http://www.accioncontraelhambre.org/> [en línea] (consulta 050925).
- Acción por la Infancia <http://www.accionporlainfancia.org> [en línea] (consulta 050925).
- Alboan Fundación para el Desarrollo <http://www.alboan.org> [en línea] (consulta 050925).
- Aldeas Infantiles <http://www.aldeasinfantiles.es> [en línea] (consulta 050927).
- Amnistía Internacional <http://www.es.amnesty.org> [en línea] (consulta 050927).
- Anesvad <http://www.anesvad.org> [en línea] (consulta 050928).

- Arquitectos Sin Fronteras <http://www.asfes.org> [en línea] (consulta 050928).
- Asamblea de Cooperación por la Paz <http://www.acpp.com> [en línea] (consulta 050929).
- Asociación del Movimiento Cuarto Mundo <http://cuarto.mundo.free.fr> [en línea] (consulta 050929).
- Asociación España con ACNUR <http://www.eacnur.org> [en línea] (consulta 050929).
- Asociación Española de Fundaciones <http://www.fundaciones.org/index.asp> [en línea] (consulta 051001).
- Asociación Mensajeros de la Paz <http://www.mensajerosdelapazmadrid.org> [en línea] (consulta 050928).
- Ayuda en Acción <http://www.ayudaenaccion.org> [en línea] (consulta 050926).
- Canalsolidario.org <http://www.canalsolidario.org/web/>
- Cáritas Española <http://www.caritas.es/> [en línea] (consulta 050926).
- Chinchilla, Mauricio, 2002, Recursos tecnológicos para la solidaridad. Posibilidades de las Nuevas Tecnologías para el Tercer Sector en Boletín Semanal nº 187 del SOI: <http://www.observatoriodigital.net/bol187.htm#RECURSOS> [en línea] (consulta 050325).
- Cooperación Internacional <http://www.cooperacioninternacionalong.org> [en línea] (consulta 050925).
- Cruz Roja Española <http://www.cruzroja.es> [en línea] (consulta 050925).
- Derechos para todos <http://www.nodo50.org/derechosparatodos> [en línea] (consulta 050928).
- Farmacéuticos Sin Fronteras <http://www.farmaceticossinfronteras.org> [en línea] (consulta 050927).
- Fundación Adsis <http://www.adsis.org/page.asp?id=1> [en línea] (consulta 050928).
- Fundación Banco Santander <http://www.fundacion.gruposantander.com> [en línea] (consulta 050928).
- Fundación BBVA <http://www.fbbva.es> [en línea] (consulta 050927).
- Fundación Caja Madrid <http://www.fundacioncajamadrid.es> [en línea] (consulta 050930).
- Fundación Carolina <http://www.fundacioncarolina.es> [en línea] (consulta 050930).
- Fundación Codespa <http://www.codespa.org> [en línea] (consulta 050930).
- Fundación del Valle <http://www.fundacionvalle.org> [en línea] (consulta



050930).

Fundación Endesa <http://www.endesa.es> (enlace "Nuestro Compromiso") [en línea] (consulta 051002).

Fundación Iberdrola <http://www.fundacioniberdrola.org> [en línea] (consulta 051002).

Fundación Iuve Cooperación <http://www.iuve.org> [en línea] (consulta 051003).

Fundación Juan Ciudad <http://www.juanciudad.org> [en línea] (consulta 051003).

Fundación La Caixa <http://portal1.lacaixa.es/Home/Inicio/> (enlace "Fundación la Caixa). [en línea] (consulta 051004).

Fundación ONCE <http://www.fundaciononce.es> [en línea] (consulta 051004).

Fundación Repsol-YPF <http://www.repsolypf.com/esp/home/home.asp> [en línea] (consulta 051004).

Fundación Telefónica <http://www.fundacion.telefonica.com> [en línea] (consulta 051008).

Fundación Valora <http://fundacionvalora.org/> [en línea] (consulta 051008).

Fundación Vicente Ferrer <http://www.fundacionvicenteferrer.org/> [en línea] (consulta 051012).

Informe de la CONGDE sobre el Sector de las ONGDE-2004 en Directorio 2004 CONGDE <http://directorio-guia.congde.org/CONGDE2004.pdf> [en línea] (consulta 050505).

Intered <http://www.intered.org/> [en línea] (consulta 051012).

Intermón - Oxfam <http://www.intermonoxfam.org/> [en línea] (consulta 051012).

Islas Carmona, Octavio: Fundamentos de Comunicaciones Digitales Productivas en Revista Razón y Palabra N° 33, Junio-Julio 2003. [Disponible 03/03/2005 en

<http://www.razonypalabra.org.mx/index.html>].

Liga Española Pro Derechos Humanos <http://www.ligaproderechoshumanos.org/> [en línea] (consulta 051015).

Madreselva <http://www.madreselvaongd.net/> [en línea] (consulta 051015).

Manos Unidas <http://www.manosunidas.org/> [en línea] (consulta 051016).

Médicos del Mundo <http://www.medicosdelmundo.org/> [en línea] (consulta 051016).

Médicos Sin Fronteras <http://www.msf.es/> [en línea] (consulta 051016).

Medicus Mundi <http://www.medicusmundi.es/> [en línea] (consulta 051016).

Mercó <http://www.analisisinvestigacion.com/merco/estudio/index.asp> [en



línea] (consulta 051020).

Morris, M.; Ogan, C. (1996): The Internet as Mass Medium [en línea]. The Journal of

Computer-Mediated Communication
<http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/morris.html> (Consulta: 050115).

Prosalus <http://www.prosalus.es/> [en línea] (consulta 051011).

PROYDE <http://www.proyde.org/> [en línea] (consulta 051018).

Save the children <http://www.savethechildren.es/> [en línea] (consulta 051018).

Solidarios para el Desarrollo <http://www.solidarios.org.es/> [en línea] (consulta 051018).

Tercer sector. Organizaciones No Lucrativas: Asociaciones y Fundaciones. ESADE.

<http://www.guiame.net> [en línea] (consulta 051025).

Transformando <http://www.transformando.org/> [en línea] (consulta 051019).

UNICEF <http://www.unicef.es/> [en línea] (consulta 051019).

Veterinarios Sin Fronteras <http://vsf.pangea.org/> [en línea] (consulta 051018).

WWF Adena Fondo Mundial para la Naturaleza <http://www.wwf.es/> [en línea] (consulta 051020).