

**PROCESO DE PRÁCTICA SOCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE LA REVISTA “*ENTRE COLUMNAS*” EN LA LOGIA ESTRELLA
DE SALOMÓN No 78**

**OLGA ANDREA MARTÍNEZ BERMÚDEZ
MARTHA MILAGROS BONIVENTO CASTILLA**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS
2007**

**PROCESO DE PRACTICA SOCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE LA REVISTA “*ENTRE COLUMNAS*” EN LA LOGIA ESTRELLA
DE SALOMÓN No 78**

**OLGA ANDREA MARTÍNEZ BERMÚDEZ
MARTHA MILAGROS BONIVENTO CASTILLA**

**Proyecto de Practica Social presentado como requisito para optar
al titulo de comunicador social**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
COMUNICACIÓN SOCIAL
CARTAGENA DE INDIAS
2007**

DEDICATORIA

A Dios,

Por habernos permitido llegar hasta este punto y dado salud para lograr nuestros objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi mamá,

Por apoyarnos en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que nos han permitido ser personas de bien, pero más que nada, por su amor.

Martha

A mi padre,

Que me ayudó con su apoyo incondicional a ampliar mis conocimientos y estar más cerca de mis metas profesionales.

A mi madre,

A quien admiro enormemente por su sabiduría y alegría.

A Esteban,

Que hace que los días sean cada vez mejores, gracias a su ternura y buena voluntad.

Olga

AGRADECIMIENTOS

A Sorelly Torres por acompañarnos en el proceso de la realización del informe final.

A La Universidad Tecnológica de Bolívar y en especial al programa de Comunicación Social, por permitirnos ser parte de una generación de triunfadores y gente productiva para el país.

A nuestros amigos, que gracias al equipo que formamos logramos llegar hasta el final del camino y que hasta el momento, seguimos siendo amigos: Christian, Oscar, Nadia y Muriel.

Martha

A José Ricardo,

Por su apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta práctica social; por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional y apoyarnos en su momento.

A los miembros de La Logia Estrella de Salomón No 78

Por abrirnos un espacio en su organización, lo cual nos permitió conocer su cultura y su filosofía de vida, ya que sin ellos, hoy no estaríamos en la fase final de nuestro proyecto.

Olga

CONTENIDO

	Pág
1. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INSTITUCIÓN Y DEL PROYECTO	8
2. OBJETIVOS	12
2.1 Objetivo General	12
2.2 Objetivos Específicos	12
3. JUSTIFICACIÓN	13
4. INFORME FINAL	15
4.1 Metodología	19
4.2 Referentes Generales	26
4.3 Resultados	36
5. CONCLUSIONES	47
6. BIBLIOGRAFÍA	49
ANEXOS	51
ANEXO 1	52
ANEXO 2	53
ANEXO 3	54
ANEXO 4	56

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO, LA INSTITUCIÓN Y LA PRÁCTICA SOCIAL

El presente proyecto surge de una invitación hecha al grupo para escoger un medio de comunicación que sirviera como medio difusor de las prácticas de los miembros de la Logia Estrella de Salomón No. 78 con jurisdicción en Cartagena de Indias.

Inicialmente se desarrollaron una serie de reuniones en las que se determinó la importancia de aplicar un instrumento¹ que permitiera determinar, juntos a los miembros de esta logia, el medio de comunicación más apropiado que debía utilizar la institución para la difusión de sus ideas y prácticas.

Una vez aplicado el instrumento, se determinó que el medio a utilizar debía ser: una revista institucional, la cual fue considerada el medio más completo, pues permite el aporte en textos de un amplio número de sus miembros, y resulta de mayor impacto, mayor penetración y más tiempo de conservación.

Por lo anterior, el grupo responsable del presente proyecto considera que el producto final de este proceso, La revista *Entre Columnas*, tiene como principales

¹ Entrevista grupal hecha por el grupo responsable a miembros de la Logia Estrella de Salomón No. 78. Ver anexo 1.

funciones: generar sentido de pertenencia con esta organización y fomentar la práctica de los valores que la rigen.

En la fase final del proyecto, se consulta a los miembros de la organización, tratando de determinar el impacto generado por la publicación y la forma en que ésta contribuye al fortalecimiento de los valores institucionales, refuerza la cultura organizacional y genera sentido de pertenencia. Alcanzando y superando la expectativa inicial de aceptación de textos, imagen, calidad y contenido general.

La organización en la cual se centra el proyecto, la Logia Estrella de Salomón No. 78 con jurisdicción en Cartagena de Indias, fue fundada hace 9 años, el 20 de julio de 1997, bajo la jurisdicción de la Serenísima Gran Logia Nacional de Colombia, con el propósito de constituir un espacio exclusivo para fomentar la fraternidad y los lazos de hermandad entre personas que compartan y conozcan ampliamente valores, creencias y cultura que rigen a la Logia.

La organización masónica es una organización de carácter privado, sin ánimo de lucro. Actualmente cuenta con 70 miembros aproximadamente. Se rige por una estructura de mando así: un gran maestro, que es escogido por votación general después de competir con otros postulados y presentar un plan de acción que debe ser del agrado y reconocimiento de los demás miembros de la logia; y los

masones, que son los demás miembros que tienen voz y voto. Las decisiones de la organización son el producto de consensos.

En palabras de un masón, “la masonería tiene carácter ecuménico, es fraternal, tolerante, discreta, filantrópica, así que podemos decir que en cualquier lugar del mundo el masón y su familia saben que no están solos, que hay una mano hermana que está dispuesta para ayudar a los más necesitados”.²

Esta organización interesa al proyecto, porque constituye un reto para el grupo debido a su naturaleza diferente y un tanto cerrada. Por ello, aportar una herramienta de comunicación para ellos, permitirá al grupo aplicar en un campo real, los principios aprendidos en comunicación organizacional durante la carrera y a ellos, beneficiarse de lo que creemos será un producto comunicativo para generar mayor cohesión interna.

Con esta revista se busca resaltar los sucesos más importantes de la logia, mostrando los trabajos masónicos, que dan cabida a la cultura y a todas las áreas del pensamiento, en columnas como: *Pensamiento de los Grandes Maestros*, y columnas que abordan los temas políticos, religiosos, de derechos humanos, de corte social, antropológico, socioeconómicos y todo aquello relacionado con el saber humano, todo esto bajo la responsabilidad de cada uno de los colaboradores de este organismo.

² LEAL, Hugo. Boletín Masónico. 13 de Agosto de 2005

Por último este naciente medio de comunicación institucional, busca fomentar al interior de esta organización, prácticas positivas que contribuyan a construir una sociedad en la que el progreso social sea el producto de las estas buenas prácticas. Además servir de espacio para que sus miembros desarrollen competencias de comunicación, pues son ellos los que elaboran y determinan los contenidos del medio; y no menos importante, conservar el reconocimiento que posee la logia ante las logias hermanas manteniendo comunicación y retroalimentación interna, a través de *Entre Columnas*.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General:

Crear una revista informativa para fortalecer los valores institucionales y poner en práctica la responsabilidad social con el entorno familiar, en la Logia Estrella de Salomón No 78.

2.2 Objetivos Específicos:

1. Diseñar instrumentos para evaluar el impacto de la revista, con respecto a la responsabilidad social.
2. Mantener el reconocimiento obtenido ante otras logias, mediante la publicación de la revista "*Entre Columnas*".

3. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto es de vital importancia, teniendo en cuenta que apunta a la generación de una estrategia de comunicación institucional (Revista) en el gremio de masones de la ciudad de Cartagena. Esta tiene como objetivo enseñar o reafirmar valores humanos e institucionales entre sus integrantes y así lograr incentivar el sentido de responsabilidad social, no solo dando una mirada a los miembros que la conforman, sino a su esfera personal o familiar.

Lo anterior se sustenta en el reciente interés por la generación de acciones con un sentido de Responsabilidad Social, donde las organizaciones publicas o privadas indistinto a su misión; encuentran que es necesario mejorar los vínculos de comunicación con sus miembros y el ambiente en que se desenvuelven.

La revista denominada "*Entre Columnas*" será una recopilación de todos los procesos realizados por los miembros de la logia Estrella de Salomón No 78 y al mismo tiempo mantendrá informadas a las logias hermanas de la labor que se esta llevando a cabo en esta.

En este contexto la revista “*Entre Columnas*” , será un instrumento que promoverá un posicionamiento positivo de la imagen de la logia, creando confianza y sentido de pertenencia entre sus miembros e igualmente se propone, ser un elemento integrador entre los miembros activos y sus familias.

En la revista “*Entre columnas*” los masones podrán publicar sus inquietudes y conocimientos sobre la Logia., siendo esta una de las principales causas para su creación. Con la publicación los masones podrán generar posibles soluciones a los procesos de cambios de su comunidad.

Lo importante del espacio de la práctica social, para esta ejecución de la revista, es tener presente las opiniones y el sentir de los miembros de este circulo. En cuanto a los temas expuestos en la primera edición de “*Entre Columnas*” y de esta forma hacerle saber que son parte fundamental en la revista

4. INFORME FINAL DEL PROYECTO

El señor Hugo Leal Rojas, miembro del grupo de masones Estrella de Salomón N° 78, invitó a las estudiantes Olga Andrea Martínez Bermúdez y Martha Milagros Bonivento Castilla a participar del proyecto de Responsabilidad Social con el entorno familiar de su organización.

Dicha invitación fue aceptada por las estudiantes para cumplir con el requisito de grado en la modalidad de práctica social y poder concluir sus estudios de Comunicación Social en la Universidad Tecnológica de Bolívar.

El objetivo final es presentar la revista "*Entre Columnas*", dónde se expondrán las tareas que realizan los masones con jurisdicción en Cartagena de Indias.

De manera conjunta en la primera reunión, estudiantes y miembros de la logia decidieron crear un medio de comunicación interno y externo, con el fin de ser difundido entre las Logias Masónicas de Latinoamérica.

"*Entre Columnas*" pretende inculcar en sus lectores el amor a la verdad, el estudio de la moral universal, de las ciencias y de las artes. Pretende destacar sentimientos de abnegación, ética, honestidad y tolerancia religiosa. Busca

extinguir los odios entre razas, diferencias de nacionalistas, creencias e intereses; uniendo a todos los hombres por lazos de solidaridad y afecto.

“*Entre Columnas*” nace basada en la teoría de las relaciones informativas, pensando estas como formas de contacto mediante estímulo y respuesta, personal o a distancia, de tal forma las estudiantes realizaron una entrevista que mostró las preferencias de los miembros de la logia hacia los medios de comunicación y en qué medio en particular.

La Revista institucional es un canal de comunicación y no la comunicación en sí misma. Esto requiere pensarla dentro de una estrategia de comunicación enfocada hacia la cultura organizacional y hacia sus problemáticas internas.³

Por lo tanto en la realización de esta revista, se pensó en la forma cómo “*Entre columnas*” contribuiría a mantener la buena imagen que goza la Logia ante las demás, buscando tener participación en la creación de buenas y nuevas conductas dentro del entorno familiar.

La relevancia social de los temas es la expresión de una exquisita responsabilidad social, que también anima los esfuerzos para comunicar con un lenguaje noble y con recursos que les dan fuerza a los textos. La ética no

³ MAZZOLA, Carina. Herramientas Para Mejorar La Revista Institucional, en <http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/66/revista.htm>

es un capítulo ni requisito aparte, sino el alma de todas las condiciones técnicas necesarias para producir un buen resultado periodístico.⁴

Teniendo en cuenta que la ética se enlaza con la responsabilidad social, en el ejercicio de la revisión de los textos para la revista se hizo una investigación más profunda del significado de ser un masón; lo que implica entender su estilo de vida, filosofía y cómo fueron los principios de la masonería.

Basándose en esta investigación previa, el proceso fue especialmente cuidadoso para medir las palabras y el tema que se quería abordar, cumpliendo así con uno de los objetivos del proyecto que es reforzar el sentido de pertenencia con la organización.

De acuerdo con todo lo antepuesto se procedió a realizar un cronograma de actividades que sirviera como guía para el plan de trabajo. (Ver anexo 1)

⁴ RESTREPO, Javier Darío. Los Rasgos de la Excelencia. El Premio edición No 1, Publicación de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. Cartagena: (1, Agosto, 2006); p 76

A través de la construcción de esta revista las estudiantes se formularon una pregunta: ¿De qué manera pueden los medios cumplir con la responsabilidad social que tienen, a pesar de que se sienten comprometidos con la noticia inmediata? Y la respuesta a esta fue: al mismo tiempo que los medios ya no constituyen solamente un factor en el funcionamiento de una sociedad democrática, son constitutivos, son información válida y plural, ya que son la principal vía a través de la cual la gente se informa, porque su influencia en la formación de la opinión pública es determinante.

Por estas razones la responsabilidad se aprende, se impone y se exige, los medios no son la excepción, sin importar que tienen la capacidad de fijar la agenda pública no deben evadir la responsabilidad social.

A pesar de que los medios se sienten comprometidos con la noticia inmediata, deben autorregularse en situaciones como ésta y utilizar su poder para hacer valer sus derechos y responsabilidades que tienen con la comunidad, para tratar de encontrar un equilibrio entre la rentabilidad económica y la rentabilidad social, y así obtener mayores audiencias.

4.1 METODOLOGÍA

En este proyecto, la metodología en la que nos apoyamos fue el método cuantitativo, ya que el objetivo final del proyecto es saber de forma precisa el impacto que tuvo la revista en los miembros de la Logia y su entorno familiar, por lo cual se realizaron entrevistas y sondeos para determinar los resultados finales.

El enfoque cuantitativo usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento⁵

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. Por lo tanto en la investigación se definieron las siguientes variables:

- Impacto del medio de comunicación en la comunidad masónica.
- Sentido de pertenencia de los miembros hacia su organización

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su

⁵ HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la investigación. México DF: Mc Graw Hill, 2003. p. 6

vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada.⁶

El proceso incluía una entrevista grupal que constaba de 3 preguntas, y un sondeo de opinión que tenía un formulario de 9 preguntas a su vez.

La entrevista se utilizó para determinar el medio que se utilizaría para la difusión de las buenas prácticas de Responsabilidad Social en el entorno familiar, de la Logia Estrella de Salomón No. 78. (Ver anexo 2)

El sondeo de opinión se utilizó para medir el impacto y efecto que el medio escogido tuvo en los integrantes de la Logia Estrella de Salomón No. 78, después de la publicación del primer número. (Ver anexo 3)

La aplicación de la entrevista requirió de tres (3) días.

La aplicación del sondeo de opinión requirió de dos (2) días.

Tanto la entrevista como el sondeo de opinión fueron aplicadas al 25% de los miembros de la logia, es decir, a veinte (20) de ochenta (80) integrantes que posee la Logia Estrella de Salomón No. 78.

Las temáticas incluidas dentro de la entrevista fueron:

⁶ FERNANDEZ PITA, S. Métodos de Investigación. En http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.htm

- Preferencia por un medio de comunicación.
- Los medios como forma de promover la Responsabilidad Social.

Las temáticas incluidas dentro del sondeo de opinión fueron:

- El impacto y el efecto que la revista tuvo dentro de la Logia.
- Percepción del diseño integral de “*Entre Columnas*”.
- Temáticas manejadas dentro de la revista.
- Contribución de la revista en el entorno.

Para lograr darle vida a este proyecto se hizo un estudio previo que relacionara los conceptos clave para confrontarlos con los conceptos previos, de manera que en el producto final se integrara la estructura conceptual de lo que se quiere proyectar, es decir, la revista.

-Fases de realización:

El siguiente texto es escrito en primera persona, porque contaremos nuestras vivencias del día a día en el trabajo de la pre y pos producción de la revista “*Entre Columnas*”, ya que tuvimos la oportunidad de intercambiar ideas para crear un producto periodísticos con un público específico, que son los masones.

A continuación presentaremos las fases de realización del proyecto, con el fin de contextualizarlos y describir el proceso que vivimos en esta experiencia enriquecedora para nuestra vida profesional.

1. Primera Fase: en esta primera etapa comenzamos realizando una reunión con el señor Hugo Leal Rojas, en la que expuso detalladamente el proyecto a desarrollar. Aquí el coordinador nos dio las claves para desarrollar una entrevista y poder determinar qué medio de comunicación era el adecuado para que tuviese un buen impacto con respecto a la Responsabilidad Social con el entorno familiar y que éste al mismo tiempo fuera de la preferencia de los miembros de la Logia, y simultáneamente nos mostró desde el objetivo general al particular del proyecto para posteriormente desarrollarlo.

Realizamos el proceso de entrevista con 10 miembros de la logia, para determinar cuál sería el medio de comunicación que se debería implementar y que tuviese una buena acogida por parte de toda la organización. Allí nos dimos cuenta de la preferencia por la revista, pues su porcentaje fue del 50%, y una de las cualidades que se requería según los resultados es que estuviese impresa, ya que permite que los lectores disfruten la información detalladamente, en sus hogares, la logia y así poder opinar sobre el contenido de esta.

2. Segunda Fase: dentro de esta se decidieron las temáticas para abordar en la revista y se clasificaron en: valores humanos, familia, actividades realizadas por la

logia, principios morales, filosofía de vida, pues de acuerdo con una característica de la Responsabilidad Social que es facilitar la comunicación creíble sobre los compromisos de la organización, estos temas reforzarían totalmente el sentido de pertenencia por parte de los miembros de la logia.

Nos reunimos con los directivos de la Logia Estrella de Salomón No 78, para ajustar los parámetros del diseño de la revista "*Entre Columnas*" y se realizó un borrador que luego se convirtió en un bosquejo, donde se explicaba la portada de la revista, allí se definieron los colores que deberían llevar, que fueran tonos agradables a la vista.

Las dos columnas que adornan la entrada del templo, es el símbolo en que basamos nuestro proyecto, por eso el nombre de la revista, y tiene una interpretación en el mundo masónico de abundancia y fertilidad, que es el fruto de una utilización sabia de los dones que reciben los masones. La columna izquierda tiene la letra B que significa "Entrada" y la columna derecha tiene la letra J que significa "Establece", lo que da una idea para los masones, que las columnas son fortaleza y firmeza para el desarrollo intelectual y moral de ellos.

Todo esto se tuvo en cuenta para que los lectores los identificaran y tuviesen una representación mental que permitiera tener recordación, lo que nos permitió recomendar el papel en que debería imprimirse la portada de la revista.

También se buscó que la revista propusiera notas constructivas; y que al mismo tiempo mostrara la forma de ver la vida los masones, por ello nos pareció pertinente tener una columna de opinión que fuera útil y con buenos aportes, los cuales de forma oportuna se pudiera aprovechar para cumplir con los objetivos de la revista.

3. Tercera Fase: los miembros de la logia hicieron la entrega oficial de los textos recopilados, para la revisión, pues había que tener en cuenta que no faltara ningún tema propuesto anteriormente y así proceder a la edición de los mismos y la selección de las fotografías que acompañarían los textos y procedimos a realizar los respectivos arreglos digital, para esto utilizamos los programas Page Maker y Photo Shop.

Las fotografías y textos que tuvimos en cuenta, hacen referencia a la interpretación del mundo masónico, lo que se convierte en una herramienta útil que nos suministra la justificación y la comprensión de los artículos escritos por los miembros de la logia masónica.

4. Cuarta Fase: después de realizada la revista la entregamos terminada en formato digital para su revisión con Hugo Leal, realizamos correcciones en cuanto al diseño, pues algunos párrafos se salían de las líneas guía, se corrigió ese inconveniente y procedimos a realizar la impresión.

Se imprimieron 500 ejemplares, lo cuales por cuestiones económicas se reprodujeron en blanco y negro, agregando que el papel era diferente al recomendado por nosotras.

Pasado un mes de circulación, procedimos a medir el impacto que esta tendría con respecto a los valores y la responsabilidad social.

Encontramos que algunos de sus miembros pudieron utilizarla como forma de ayuda para sus niños con las tareas del colegio en donde era necesario definir los derechos humanos.

También un personal de la organización la utiliza como fuente para las personas que desean acercarse a la Logia para conocer sus funciones. Al mismo tiempo pudimos cumplir con la parte de la responsabilidad social, ya que se vio reflejado un cambio de actitud de acuerdo a las labores que se tienen que desempeñar cada uno, pues sienten que las cosas han funcionado de una mejor manera y que ahora ven que sus compañeros tienen una mejor cara al momento de trabajar.

4.2 REFERENTES GENERALES

Responsabilidad Social:

En los últimos años se ha tomado con gran importancia tanto a nivel mundial y local, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la cual ha servido como reputación o carta de presentación de muchos sistemas organizacionales, quienes a través de estas acciones han crecido mucho y han mostrado una mejor imagen ante la sociedad.

La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como las acciones y comportamientos éticos que realizan las organizaciones hacia sus trabajadores, el medio ambiente y las comunidades menos favorecidas.⁷

Últimamente las empresas se han preocupado por brindar apoyo al entorno familiar de sus empleados, ya sea en acciones económica, en especies, integraciones, etc. Por lo tanto se ha visto un adelanto en cuanto a la inquietud de la Logia hacia la familia masónica, lo que los ha llevado a realizar reuniones en fechas especiales como por ejemplo; la navidad, el día de los niños, de la madre, celebración del solsticio de invierno y despedida del año, entre otras.

⁷ Sneider, 2002

Esta responsabilidad social (RS) desarrollada al interior de las empresas tiene su relevancia, en la medida en que han ido incorporando su quehacer cotidiano, el respeto por los valores éticos de las personas, las comunidades y el medio ambiente, dichas prácticas componen un nuevo modo de entender la empresa y con esto una nueva cultura organizacional.

Se puede concluir que la responsabilidad social,

“Es la contribución del desarrollo humano a través de la confianza, el compromiso de sus empleados, sus familias, la sociedad, y la comunidad local en pro de mejorar su capital social y la calidad de vida”.⁸

Cuando los 50 expiraban y el almanaque estrenaba el inicio de la sexta década del siglo XX, emergió el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que hoy trascendió la idea de la mera filantropía, forjando principios de consenso en amplios sectores del ámbito internacional, en estos tiempos no ha sido indiferente el papel que, según unos u otros, le corresponde a los medios de información con respecto al fortalecimiento de las consideradas “buenas prácticas” de RSE, entre ellas, las relacionadas con la preservación del medio ambiente, el mejoramiento del entorno, el compromiso con la comunidad, el bienestar laboral, la lucha contra la explotación infantil, contra la discriminación, en pro de la igualdad de género, la

⁸ SCHVASTEIN, Leonardo. La inteligencia social de las organizaciones: desarrollando las competencias necesarias para el ejercicio efectivo de la responsabilidad social. Buenos Aires: Paidós, 2003.

transparencia, la ética, la calidad, lo cual establece un marco de acción para las empresas a escala mundial en procesos y prácticas que cooperen y generen un mayor desarrollo sostenible.⁹

Las sociedades deben generar confianza dentro de la comunidad donde operan y establecer propósitos que sirvan al bien común. El objetivo de la responsabilidad social para la Logia es contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida del masón y la comunidad en general.

Por lo tanto es de importancia el mejoramiento de la Responsabilidad Social para la Logia, pues a través de una revista institucional se transmitirán mensajes para fortalecer los valores humanos, tanto en sus miembros como en sus hogares, para que en sí se cumpla la práctica interna y externamente, pues termina por alcanzar a cada una de las familias, para así completar el compromiso con la comunidad.

La masonería:

“La masonería es un sistema moral dentro del que caben los principios y creencias de todos los hombres amantes de la humanidad y del progreso, dotados de rectitud, de criterio y buena voluntad”.¹⁰

⁹ GÓMEZ MORA, Julio. Empresas Informativas y RSE. Contraste Edición No 10, Publicación de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena: (26, Nov, 2006); p14.

¹⁰ FRAU ABRINES, Lorenzo. Diccionario Enciclopédico de la Masonería. México D. F. Editorial Valle de México. 1977

Dentro de los proyectos sociales que tiene la logia, está la intervención en la educación, el arte y la cultura, por lo tanto está comprometida a desarrollar intensamente la colaboración a personas de escasos recursos económicos, para que logren su formación intelectual, al mismo tiempo sienten la necesidad de ayudar a los niños de la calle en su rehabilitación social; vinculando a las cuñadas (Esposa del Masón) a los programas sociales y promoviendo la integración entre ellas.

La Masonería es ajena como institución a la práctica religiosa. Este es otro postulado fundamental de la masonería, que no es una religión, sin que se oponga a que sus miembros sean tan religiosos como quieran serlo. Un masón puede ser católico, si se lo permiten ser, o ser evangélico, o pertenecer al judaísmo, o al budismo, entre otras o no pertenecer a ninguna religión, ni tener ninguna creencia religiosa, pero creer en Dios como el arquitecto del universo.¹¹

Medios para la difusión:

Lo que se pretende en este proyecto es promover la Responsabilidad Social a través de un medio de comunicación para fortalecer los valores institucionales dentro de la organización.

En este contexto que los medios entran a jugar un papel que se torna fundamental, y a la vez complejo. Por un lado son corresponsales en la

¹¹ GONZÁLEZ GINORIO, José. Las Fuentes del Derecho Masónico.

difusión de las buenas prácticas y ese es, de hecho, el rol en el que preferentemente se les ha situado con respecto a RSE, pues es claro que la idea será tanto más poderosa en la medida en que sea asumida culturalmente, al tiempo que las empresas encuentran en esa difusión un motivador que justifique la inversión que estas prácticas suponen.¹²

Lo que se puede inferir de la cita anterior, es que los medios también son empresas y, como tales, deben promover dentro de sus publicaciones las buenas prácticas de la RS y simultáneamente, el medio no sea simplemente para difundir información sino que vaya más allá, con el objetivo acercase a la comunidad para cumplir con la RS

Teniendo en cuenta que las empresas periodísticas también tienen que jugar al rol de la responsabilidad social debemos analizar la situación que viven los periodistas en sus medios pues el círculo de trabajo es muchas veces cerrado debido a que existen problemáticas de ética que aún no se resuelven.

La responsabilidad social hace parte integral de la cultura organizacional de los masones, por lo tanto es de importancia fomentar el bienestar de los colaboradores y crear una mayor cultura por el respeto hacia los valores humanos que tienen las personas.

¹² Ibíd. Cartagena: (26, Nov, 2006); p14.

Las empresas periodísticas deben comprometerse con proyectos sociales, pues estas tienen una responsabilidad social fundamental como para todas las empresas. Una responsabilidad social que se pone en el mundo como ejemplo de modernidad de gestión. Hay unos procesos de responsabilidad social en los medios de comunicación que no siempre están siendo cumplidos. Además el ambiente de trabajo de los reporteros muchas veces es insalubre.¹³

Por esto, se pensó que por medio de una revista institucional se podría promover los valores humanos y la responsabilidad social, para poder tener un impacto positivo dentro de la comunidad.

Por lo tanto se hace necesario definir que los valores humanos es todo aquello que lleve al hombre a defender y crecer en su dignidad de persona. El valor moral conduce al bien moral. Recordemos que el bien es aquello que mejora, perfecciona y completa el ser.¹⁴

Relaciones ciudadanas con los medios:

La representación de lo social se vuelve un reto para el periodismo de nuestros días, la propia sociedad, frente a los medios, se está moviendo en un

¹³ VIERA, Geraldinho. Ética, Calidad y empresa periodística en América Latina. Tercer Panel: La demanda social de calidad periodística: la información como derecho ciudadano y elemento de gobernabilidad democrática. Unidad de comunicaciones y publicaciones CAF y FNPI. Caracas Venezuela.(Agosto 2004) p 77

¹⁴ Cou, Cristi. Los Valores Humanos. En <http://www.monografias.com/trabajos15/valores-humanos/valores-humanos.shtml#intro>

sentido que apenas logramos vislumbrar hace unos años. Encerrados en medio de la regulación y la autorregulación, los medios de comunicación, no parecían encontrar otros caminos de interpelación. Las regulaciones no tienden a disminuir. En los últimos años se han promulgado leyes de acceso y transparencia de la información pública.¹⁵

Los medios de comunicación ofrecen para el público como medida de RS los llamados defensores del lector, que son aquellos donde el lector puede opinar sobre cualquier tema y una persona encargada responde la inquietud, es decir es un mediador entre el público y el medio de comunicación.

Todo esto conlleva a que la agenda informativa de los medios, responda menos a los intereses particulares y mucho más a las demandas sociales, como beneficio para la sociedad.

En conclusión, las relaciones ciudadanas con los medios de comunicación deben tener en cuenta la utilización de métodos para mantener una buena comunicación con su público, y por ende se conviertan en una empresa periodística con calidad que sea capaz de generar confianza entre las personas, y brindar información verdadera.

¹⁵ REY, Germán. La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional. Primer Panel: Demandas éticas y sociales: ¿qué le reclama el público a los medios y periodistas? Unidad de comunicaciones y publicaciones CAF y FNPI. Caracas Venezuela.(Marzo 2005) p 15

¿Por qué una revista institucional?

Los mensajes que se intercambian en la organización, pueden transmitirse a través de canales interpersonales o de medios de comunicación como memorando, circulares, boletines o revistas, tableros de avisos y manuales, así como programas audiovisuales, circuitos internos de televisión, sistemas computarizados, sonido ambiental o también se pueden hacer uso de los medios de comunicación masiva, para de esta manera poder llegar a numerosos públicos externos. (Fernández Collado, 1998).¹⁶

Posterior a un sondeo de opinión más efectivo en la comunidad masónica, se llegó a la conclusión que una de las características principales que tienen los masones es su virtud de ser personas que les interesa el conocimiento y por ende tienen un buen apego a la lectura. Por lo cual se decidió para la práctica social como estudiantes de comunicación social elegir la revista institucional para llevar a cabo los objetivos propuestos, pues se considera a la revista como un medio de comunicación que atrae multitudes, al mismo tiempo crea prestigio y fomenta el respeto mediante ciertas actividades públicas.

Definida una estrategia de comunicación, la revista requiere tener claros los objetivos y los resultados esperados, por lo que necesita objetivos

¹⁶ MARQUEZ MOLINA, Laura. La comunicación en las Organizaciones. En <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/71/comunicorgan.htm>

mensurables, cuantificables y posibles que contemplen estos dos niveles:
Comunicación e Información.¹⁷

Esta revista debe tener claro el público al que se desea llegar y unos de sus grandes desafíos son las temáticas que se desea abordar para que éstas puedan alcanzar los intereses de todos los miembros de la logia.

Por tanto hay que involucrar todas las áreas de la empresa e invitarlas para que participen en la realización de la revista, incentivándolas para que opinen sobre el contenido de la misma o si es el caso para que expresen mediante textos información importante para el objetivo del proyecto.

Según Hugo Leal, coordinador del proyecto en la logia, lo que se quiere con el este, es contribuir a dar luz al camino de la humanidad, de los países, de las libertades individuales, de los valores y logros.

“Esta revista es compromiso de vida, nuestras fuerzas son infinitas, como infinita es la institución de quienes sueñan con un mundo mejor, con un país con responsabilidad social, para que llegue la paz, como dicen por ahí la paz empieza en casa”, comentó Leal.

El diseño, la frecuencia y el formato (impreso o digital) de la revista institucional es también un recurso importante para que llegue e interese a todos, siendo

¹⁷ Ibíd, MAZZOLA, Carina. En <http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/66/revista.htm>

coherente con los objetivos, en términos de impactar dentro de la organización, estos temas no son menores, por el contrario, requieren de una cuidadosa planificación para acompañar la estrategia de comunicación.

4.3 RESULTADOS

En este apartado se procederá a mostrar de forma ordenada, los resultados obtenidos a partir de la aplicación de sondeos de opinión y entrevistas que hicieron parte del proceso de la práctica social realizada en la Logia Estrella de Salomón No 78 de Cartagena de Indias.

Como se explica en la metodología del trabajo, se realizaron dos instrumentos para medir el impacto que tuvo la revista como medio para fortalecer los valores institucionales y crear sentido de responsabilidad social hacia el entorno familiar.

La entrevista nos ayudó a medir con precisión el medio más efectivo para la difusión de las buenas prácticas de la Responsabilidad Social.

En el marco de la entrevista se obtuvieron resultados que indican: como se muestra en la figura No1: Boletín 10%, Tableros Informativos 20%, Circulares 20% y revistas, 50%, evidenciando que para los masones, la forma de comunicación más efectiva, es ésta última opción.

Figura No 1

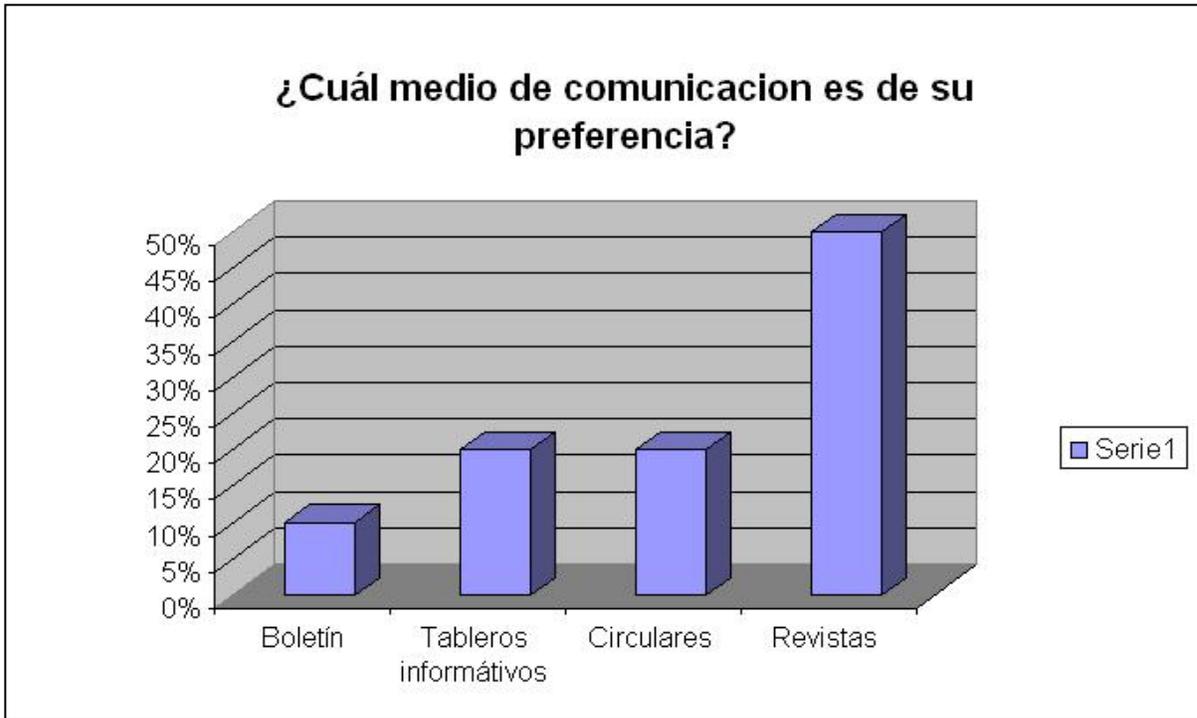
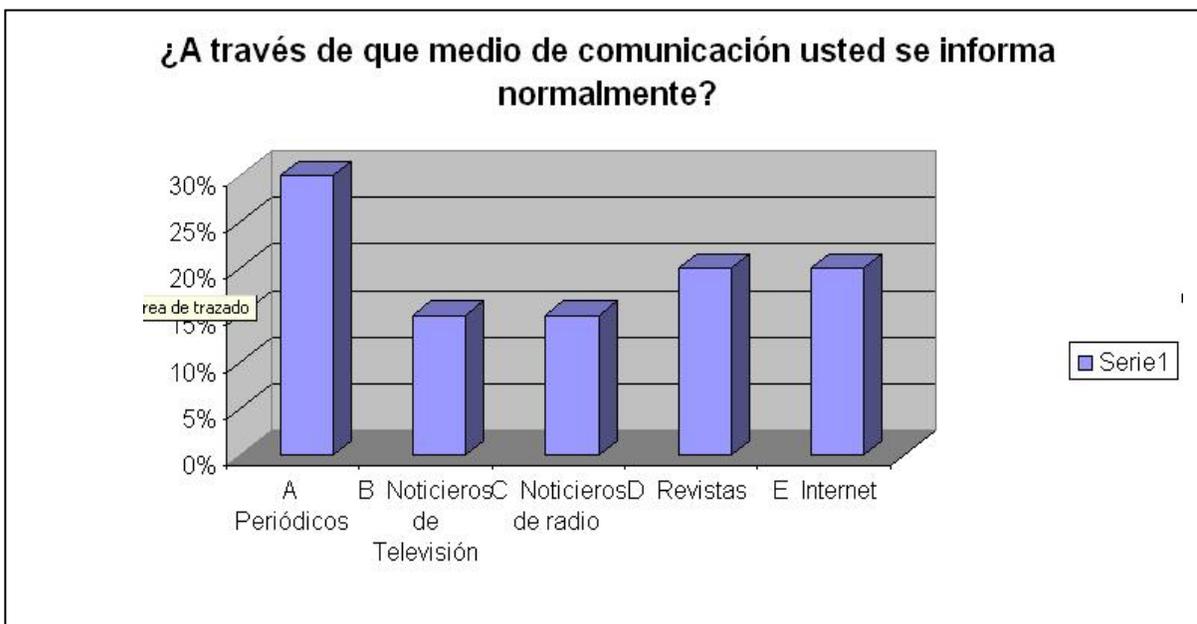


Figura No 2



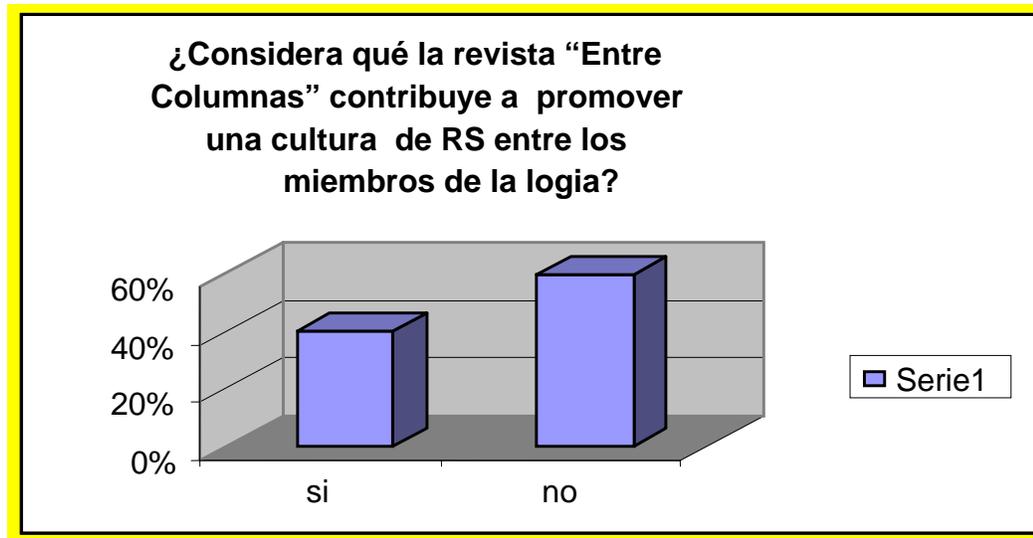
Los resultados arrojados en la figura No 2, muestra que el medio de comunicación usado normalmente por los integrantes de la logia son los periódicos, ya que este los mantiene informados de manera eficaz y oportuna sobre los hechos que pasan día a día en la ciudad y el país, además es de fácil acceso por su precio y por los puntos de venta en toda la ciudad.

En la pregunta No 3 de la entrevista grupal, ¿Piensa usted que un medio de comunicación es apropiado para la realización de buenas prácticas de responsabilidad social dentro de la Logia?, respondieron que un medio de comunicación que se mantenga actualizado, con los hechos que suceden en el entorno de la organización sería el medio más efectivo para la realización de estas buenas prácticas.

En el marco del sondeo de opinión se obtuvieron resultados que indican: un mes después de estar la revista en circulación, se procedió a realizar el sondeo, para ver de forma detallada el resultado que esta tuvo dentro de la organización.

A continuación los resultados:

Figura No 3

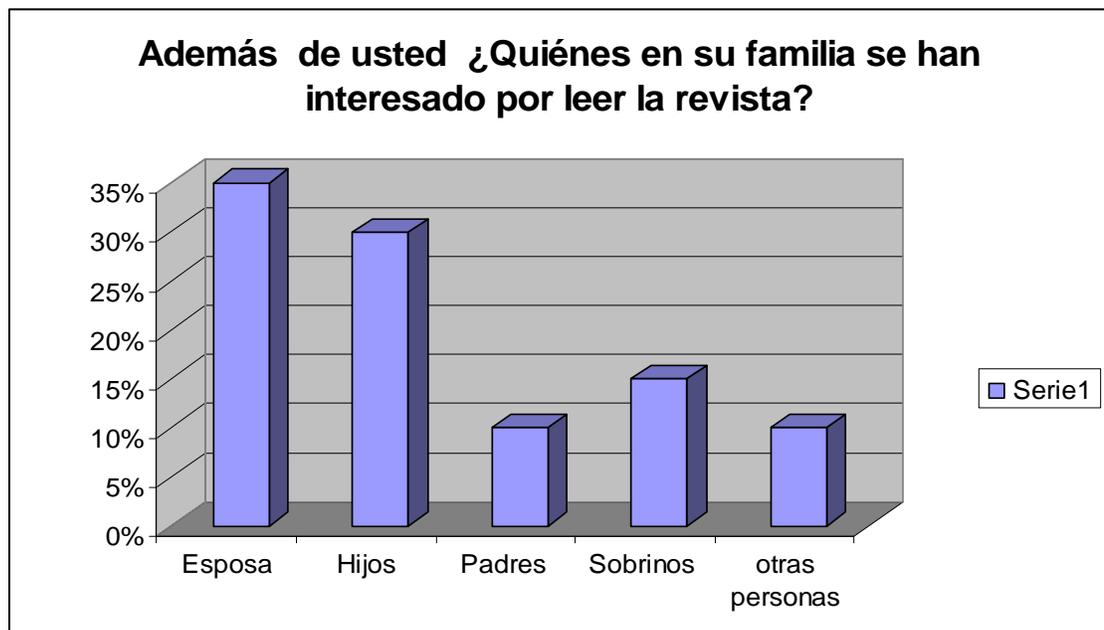


En la tabulación de este sondeo se refleja claramente que los miembros de la logia ven muy ventajoso tener su propia revista, ya que esta contribuye a promover la RS, así lo demuestra la figura No 3, ya que el 60% de los encuestados afirman que “Entre Columnas” ha empezado a promover La Responsabilidad Social internamente en la logia.

Con respecto a la pregunta No 2 *¿De qué forma le contribuyen a usted y su familia las temáticas de los textos que se incluyeron en la revista?*, respondieron que las temáticas son de utilidad, ya que la revista contribuye de forma positiva en los integrante de la logia y de sus familias, pues por medio de esta se promueven y se afirma los valores como personas.

Además piensan que se puede rescatar la sección de “*Reflexiones*”, ya que a través de un cuento se puede aprender a valorar a los padres. Por medio de una reflexión sobre la franc-masonería que es de gran importancia para el grupo de masones, se ve muy arraigada con la espiritualidad, de la cuál piensan que hace que el hombre sea cada día mejor. Por tanto está figura en la mayoría de las respuestas como la temática que más influye en sí mismos.

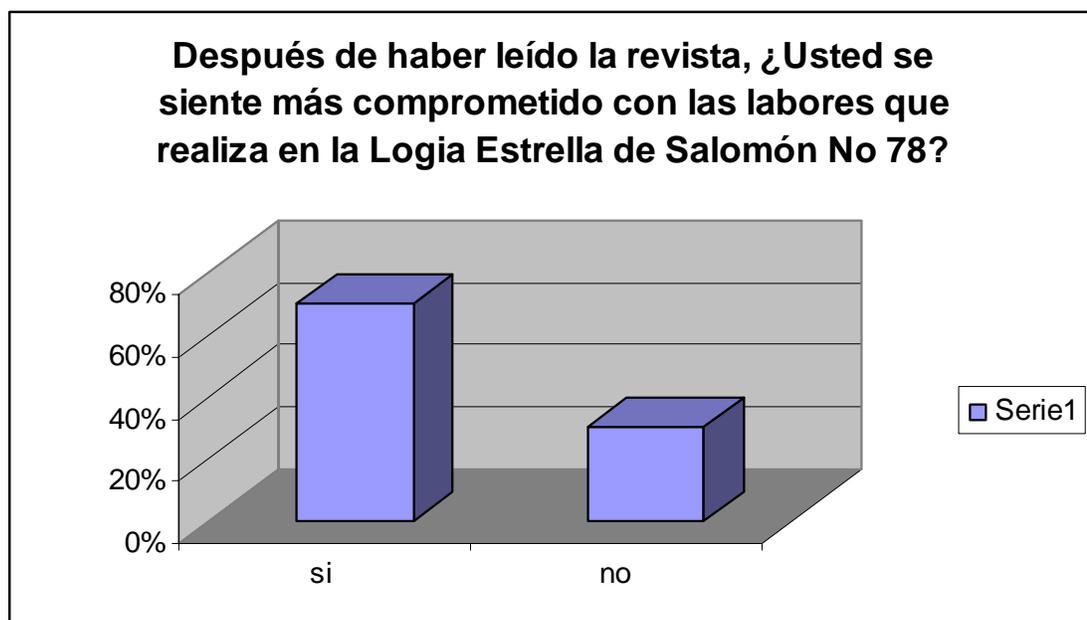
Figura No 4



Indagando sobre qué personas diferentes a los miembros de la logia han leído la revista, se encontró que en primer lugar se encuentran las esposas con un 35%, seguidos con un 30% los hijos, un 10% los padres, un 15% los sobrinos y por

último un 10% otras personas ajenas a la familia, por lo tanto la revista logró penetrar de forma aceptable en el núcleo familiar de los miembros de la logia.

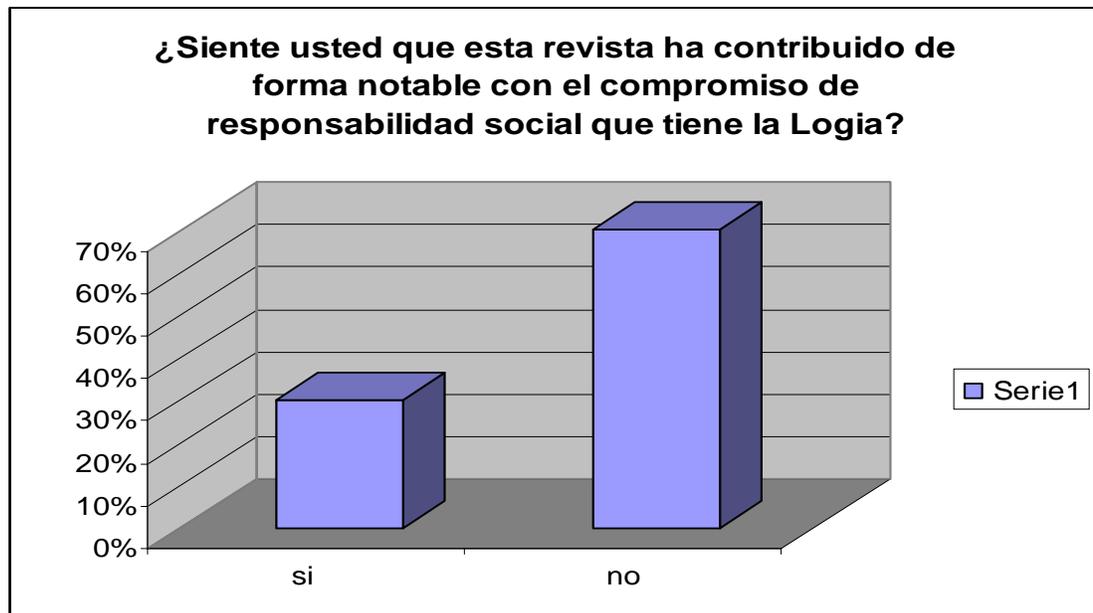
Figura No 5



En la figura No 5, se refleja que el 70% de los miembros de la logia se sienten más comprometidos con las labores que realizan dentro de esta, después de haber leído e interiorizado los temas que aborda la revista en su respectivas secciones, ya que piensan que estos de una u otra forma contribuyeron a mejorar su estado de ánimo y a comprender mejor las labores y temáticas que se tienen en cuenta al interior de la logia. Como por ejemplo, el tema de la candidatura a ser el Gran Maestro en el periodo comprendido entre 2006-2008, paralelamente se sienten identificados con el crucigrama masónico porque es un cuestionario sobre la vida masónica.

El otro 30% siguió sintiendo el mismo compromiso que sentían antes de leerla y no responden al por qué.

Figura No 6



El 70% de los masones, perciben que la revista “*Entre Columnas*” ha contribuido con el compromiso de RS que tiene la logia, con la sociedad cartagenera, consideran que los resultados que esta a generado en los miembros de la organización han sido positivos y piensan que las próximas ediciones deberían hacerse dentro de un lapso de 15 días o 30 días, para que de esa forma cada vez vaya mejorando y cumpliéndose el objetivo por el que fue hecha la revista.

Por otro lado un 30%, cree que no se ha visto de forma notable, pero piensan que a medida que el tiempo pase, las personas se van a sentir más comprometidas

con este proyecto, pues piensan que es responsabilidad de todos participar, ya que es una revista hecha por ellos y para ellos.

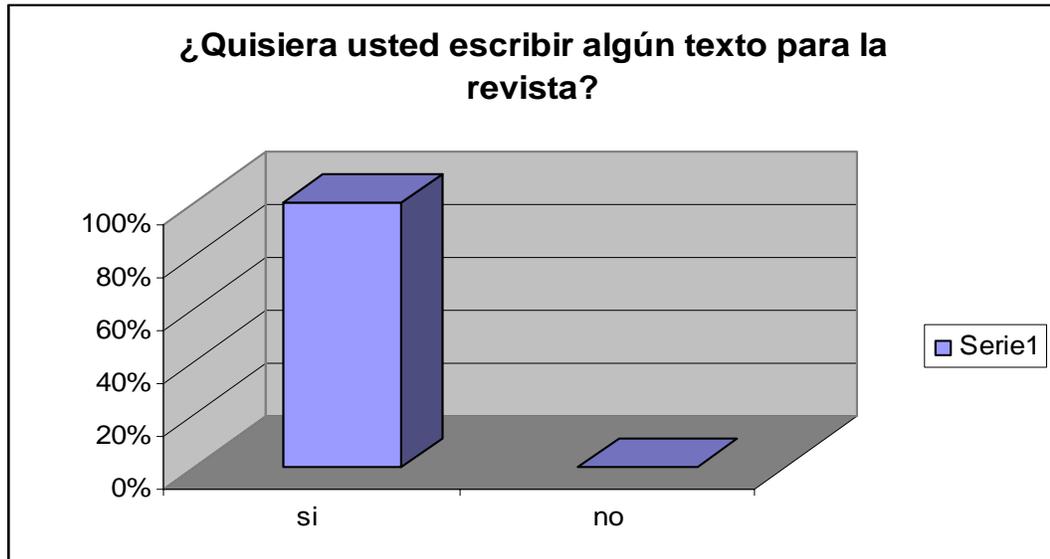
Con respecto a la pregunta No 7 acerca de los temas que le gustaría ver a los integrantes abordados dentro de la revista son:

- cultura sobre la costa atlántica
- economía colombiana
- investigaciones sociales mundiales
- La ética laboral y masónica.

En la pregunta No 8 los cambios en cuanto al diseño de la revista "*Entre Columnas*" son:

- La calidad del papel
- Usar colores en las páginas internas de la revista.
- Cada autor del artículo debe suministrar fotos de buena calidad.

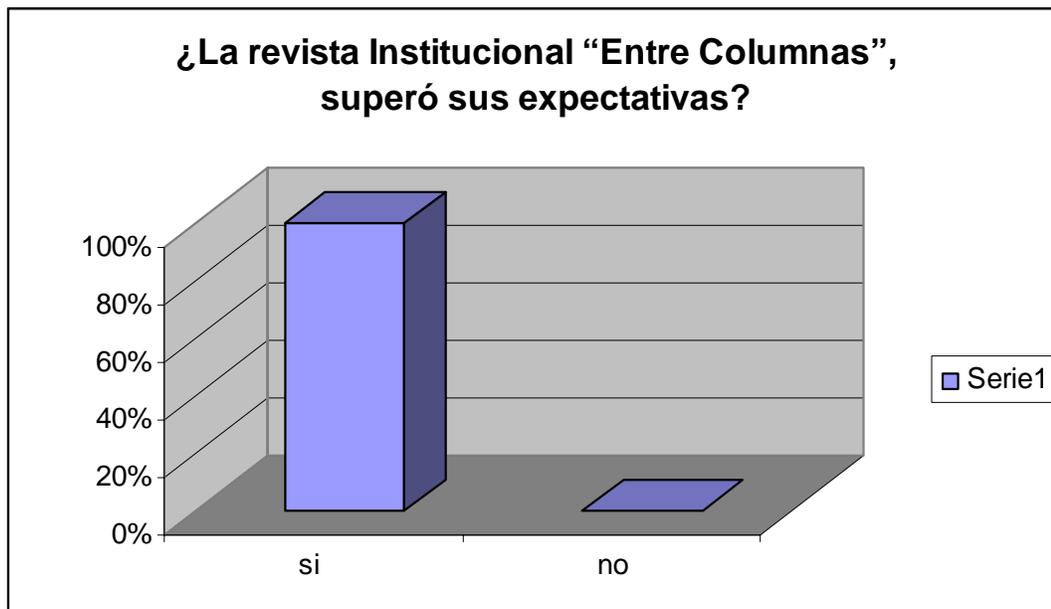
Figura No 7



El 100% de los encuestados sienten la necesidad de escribir textos para lo anteriormente propuesto, ya que gracias al espíritu de ayuda que los caracteriza, sienten la necesidad de estar ahí para el prójimo y especial con los miembros de la logia, ya que ellos tienen en cualquier lugar del mundo una mano hermana dispuesta a apoyar en lo que necesite.

Al mismo tiempo destacan que notablemente el nivel de la lectura en sus familias a crecido y se han sentido motivados por ellos para escribir sobre algunos temas.

Figura No 8



“*Entre Columnas*” superó la expectativa, que tenía cada miembro de la logia, pues los temas y contenidos tratados, en esta primera edición, fueron considerados por los integrantes de la logia de vital importancia para el reforzamiento de valores masónicos dentro de la organización.

Este medio de comunicación escrito es accesible para las de más logias de la masonería, y refuerza los valores fraternales, de discreción y tolerancia, por medio de textos que llevan a una enseñanza más profunda entre sus miembros.

Según Hugo Leal, La historia de la logia se ha escrito entre todos los que poco o mucho tiempo hemos trabajado en ella.

“Queremos hacer de esta, una organización exitosa con una huella profunda en la sociedad colombiana y de más logias, pero la historia debe seguirse

construyendo; teniendo el pasado como referente, para que los logros futuros no sean inferiores en el cumplimiento de la razón de ser “*Entre Columnas*”, comentó Leal.

La institución es la gente que la conforma, el fruto del esfuerzo de quienes en ella laboran. El éxito de la revista dependerá del compromiso, sentido de pertenencia, entusiasmo, creatividad y del amor que se le tenga al proyecto.

Para los miembros de la logia, el producto final fue agradable, pues de acuerdo con sus palabras, consideran que está hecha con creatividad, estética y una buena distribución en su interior.

Los miembros de la logia consideran a la revista una oportunidad para transmitir sus conocimientos, brindando un servicio a su comunidad y a las demás personas, y de esta forma reflejar su responsabilidad social como organización dentro de la sociedad cartagenera.

En la realización de la revista se tuvo en cuenta los detalles, como es el tipo, y el número de letra, el texto, las imágenes dentro de cada página, los colores de la portada, las secciones de la revista etc. de esta forma se logró cumplir los objetivos propuestos. (Ver anexo 4)

5. CONCLUSIONES

Con los resultados arrojados en la entrevista y en el sondeo se puede concluir que “*Entre Columnas*”, cumplió con el objetivo, de reforzar los valores institucionales entre sus miembros, pues el 80% de los integrantes de la logia consideran que la temática utilizada en la revista, es el medio más efectivo para reforzar los valores a nivel interno en la organización y en su entorno familiar.

Se sugiere que en la revista sean publicados temas que le ayuden a profundizar sobre la (RS), entre los sugeridos se encuentran: cultura, economía nacional, investigaciones sociales y la ética.

La posibilidad de que ellos mismos escriban para la revista, los incentiva dándole la oportunidad de investigar o ampliar sus conocimientos sobre La Responsabilidad Social y cómo ser aplicada desde la masonería.

Por otro lado, los integrantes de la logia reconocen que hubo un cambio en la actitud en la mayoría de ellos, sin embargo las investigadoras consideran que esto es un proceso, que poco a poco irá envolviendo a los miembros que hace falta por involucrar en el proyecto de (RS).

Para las investigadoras es satisfactorio, haber logrado un cambio en cuanto al compromiso con la organización, reforzamiento de valores e inquietud sobre el

tema de la (RS). Esto da la certeza que el objetivo inicial de la revista se logró de manera satisfactoria. En el proceso de este proyecto de Práctica Social, las investigadoras se basaron en teorías de Comunicación de Masas, que facilitaron el desarrollo y creación de la revista.

- Identificar el medio de comunicación más efectivo dentro de la organización.
- Encontrar los temas comunes entre la logia y el entorno que la rodea, reforzando los valores institucionales y en forma voluntaria cumplir con la necesidad de responsabilidad social.

6. BIBLIOGRAFÍA

FRAU ABRINES, Lorenzo. Diccionario Enciclopédico de la Masonería. México D. F. Editorial Valle de México. 1977

GÓMEZ MORA, Julio. Empresas Informativas y RSE. Contraste Edición No 10, Publicación de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena: (26, Nov, 2006); p14.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la investigación. México DF: Mc Graw Hill, 2003. p. 6

LEAL, Hugo. Boletín Masónico. 13 de Agosto de 2005

NAGHI NAMAUFOROOSH, Nohammad. Metodología de la Investigación. México D.F: Limusa, 1990.

RESTREPO, Javier Darío. Los Rasgos de la Excelencia. El Premio edición No 1, Publicación de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. Cartagena: (1, Agosto, 2006); p 76

REY, Germán. La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional. Primer Panel: Demandas éticas y sociales: ¿qué le reclama el público a los medios y periodistas? Unidad de comunicaciones y publicaciones CAF y FNPI. Caracas Venezuela. (Marzo 2005) p 15

SCHVASTEIN, Leonardo. La inteligencia social de las organizaciones: desarrollando las competencias necesarias para el ejercicio efectivo de la responsabilidad social. Buenos Aires: Paidós, 2003.

Sneider, 2002

VIERA, Geraldinho. Ética, Calidad y empresa periodística en América Latina. Tercer Panel: La demanda social de calidad periodística: la información como derecho ciudadano y elemento de gobernabilidad democrática. Unidad de comunicaciones y publicaciones CAF y FNPI. Caracas Venezuela.(Agosto 2004) p 77

Páginas de Internet

MAZZOLA, Carina. Herramientas Para Mejorar La Revista Institucional, en <http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/66/revista.htm>

Cou, Cristi. Los Valores Humanos. En <http://www.monografias.com/trabajos15/valores-humanos/valores-humanos.shtml#intro>

MARQUEZ MOLINA, Laura. La comunicación en las Organizaciones. En <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/71/comunicorgan.htm>

Anexos

Anexo 1

* Cronograma

Fecha	Actividad	Objetivo	Asistente
14 de oct. de 2005	Reunión con Hugo Leal.	Llegar a un acuerdo con respecto a la revista (objetivo de esta).	Martha Bonivento C Y Olga A Martínez B
26 de oct. de 2005	Reunión con Hugo Leal.	Presupuesto de la revista y entrega de artículos.	Martha Bonivento C Y Olga A Martínez B
04 de nov. de 2005	Revisión del material para le edición de la revista.	Inicio de la revista entre columnas en los programas page maker y photo shop.	Martha Bonivento C Y Olga A Martínez B
15 de nov. de 2005	Reunión con Hugo Leal.	Recibir las fotografías que enriquecerán la revista.	Martha Bonivento C Y Olga A Martínez B
02 de Dic. de 2005	Homenaje a Ildefonso Valdiris.	Presentación de las realizadoras de la revista ante la comunidad masona.	Martha Bonivento C, Olga A Martínez B y la comunidad masona
05 de Dic. de 2005 al 16 de Dic. de 2005	Reunión Olga y Martha de 03:00 pm –06:00pm.	Realización del proyecto de las prácticas sociales.	Martha Bonivento C Y Olga A Martínez B
13 de Ene. de 2006	Reunión Olga y Martha (impresión de la revista)	Revisión de avances de la revista.	Martha Bonivento C Y Olga A Martínez B
16 de Ene. de 2006	Reunión con Hugo Leal.	Revisión de avance de la revista.	Martha Bonivento C Y Olga A Martínez B
16 de febrero de 2006	Reunión con Hugo Leal y Antonio Prado	Tiraje de la revista	Martha Bonivento C Y Olga A Martínez B
7 de marzo de 2006	Reunión con Hugo Leal y Antonio Prado	Entrega de la revista	Martha Bonivento C Y Olga A Martínez B

Anexo 2

Las preguntas que a continuación veremos fueron realizadas para determinar el medio de comunicación que se utilizaría para la difusión de las buenas prácticas de Responsabilidad Social.

1. ¿Qué medio de comunicación es de su preferencia?

- A Boletines
- B Tableros informativos
- C Circulares
- D Revistas

2. ¿A través de que medio de comunicación usted se informa normalmente?

- A Periódicos
- B Noticieros de Televisión
- C Noticieros de radio
- D Revistas
- E Internet

3. ¿piensa usted que un medio de comunicación es apropiado para la realización de buenas prácticas de responsabilidad social dentro de la Logia?

Anexo 3

SONDEO DE OPINIÓN

Para determinar el grado de impacto y efecto que tuvo la primera edición de la revista institucional “*Entre Columnas*”

1. ¿Considera que la revista “*Entre Columna*” contribuye a promover una cultura de RSE entre los miembros de la logia?

a. Si b. No

Por qué: _____

2. ¿De qué forma le contribuyen a usted y su familia las temáticas de los textos que se incluyeron en la revista?

3. Además de usted ¿Quiénes en su familia se han interesado por leer la revista?

a. esposa b. Hijos c. Padres d. Sobrinos e. Otros

4. Después de haber leído la revista, ¿Usted se siente más comprometido con las labores que realiza en la Logia Estrella de Salomón No 78?

a. Si b. No

Por qué: _____

5. ¿Siente usted que esta revista ha contribuido de forma notable con el compromiso de responsabilidad social que tiene la Logia?

a. Si b. No

Por qué _____

6. ¿Qué temas le gustaría a usted que la revista abordara?

Anexo 4

