

**Impacto de las Redes Sociales del Club de Leones de Corozal, en la Participación de
Actividades de Servicio**

Ensayo

Paola Andrea Díaz Olaya

Tutor:

Víctor Hugo López

Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades-ECSAH

Programa de comunicación social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CCAV Corozal, diciembre 16 de 2022

Resumen

El Club de Leones de Corozal es una organización sin ánimo de lucro, en la cual, su principal objetivo es el SERVICIO en las comunidades más necesitadas de Corozal, servicio que ayuda a que estas comunidades puedan transformarse, mejorar y cultivar las causas globales que han sido las banderas dentro de la organización: La cultura, salud y medio ambiente.

El texto realiza un análisis sobre como un adecuado encaminamiento a las redes sociales y empleo de estrategias de comunicación que pueden impactar de forma positiva la organización el Club de Leones de Corozal. A lo largo de la investigación se determinó que sus métodos de comunicación con la comunidad son muy pocos y les dificulta emplear las nuevas tecnologías para expandir sus servicios; por ello se propusieron tácticas de comunicación que pueden contribuir a lograr sus objetivos con la comunidad. En esta investigación se realizó el ejercicio de analizar la OPS, Club de Leones de Corozal, desde su interior hasta su exterior, conociendo todas sus redes sociales y lo que ha construido con las comunidades, todo esto se realizó apoyado en los conocimientos dentro del Diplomado de Construcción de Redes sociales de Comunicación, construyendo y fortaleciendo los lazos con otras entidades y visibilizando desde los medios de comunicación todas las actividades de servicio que presta la institución.

Palabras clave: Red social, estrategias, servicio, comunidad, comunicación participativa, medios de comunicación.

Tabla de Contenido

Impacto de las Redes Sociales del Club de Leones de Corozal en la Participación en Actividades de Servicio.....4

Conclusión..... 12

Referencias 13

Impacto de las Redes Sociales del Club de Leones de Corozal en la Participación en Actividades de Servicio

El trabajo que se va a presentar a continuación es un ensayo crítico y reflexivo presentado como la evaluación final del diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, como opción de grado.

Este texto es un ensayo crítico que tiene por finalidad exponer acerca del impacto que pueden tener unas adecuadas estrategias de comunicación. En este caso se estudió al OSP Club de Leones de Corozal, una organización sin fines de lucro que viene realizando trabajos sociales durante más de cincuenta años en el municipio de Corozal en Sucre.

El Club de Leones nace como una organización sin fines de lucro que opera en todo el mundo con la intención de satisfacer las necesidades de las comunidades a nivel mundial y local; de manera que la organización tiene clubes en distintos países para poder expandir su misión y cumplir con su objetivo de ayudar a las comunidades más necesitadas.

En Colombia esta organización se encuentra distribuida en cuatro distritos diferentes, Distrito D1, F2, F3 y F4, que tienen presencia en más de veinte departamentos en toda la nación. La investigación que se va a exponer en este ensayo se enfocó en el distrito F2, en el municipio de Corozal que es perteneciente al departamento de Sucre. En esta comunidad se encuentra una de las sedes de esta organización: el Club de Leones Corozal, que ha prestado sus servicios durante más de cinco décadas.

El objetivo principal del Club de Leones en Corozal es el SERVICIO ayudando a que haya una transformación en la comunidad Corozalera, lo cual tienen plasmado en su visión y misión como organización de derecho privado. Sus servicios se enfocan principalmente en varios

ejes globales: la cultura, la educación, la salud y medio ambiente, las actividades de servicio que realizan están orientadas a la ferviente promoción de sus servicios de manera gratuita y desinteresada a los sectores más necesitados de Corozal.

En este ensayo crítico presentado como examen final de este Diplomado de Construcción de Redes Sociales en Comunicación como tesis se formula que las redes sociales deberían ser un punto de vital importancia en el desarrollo del objetivo del club, ya que en su socio-praxis la comunicación ha jugado un papel importante en la organización, siendo este el proceso fundamental para congregar a los interesados en la prestación del servicio, una adecuada comunicación sería el objetivo para mejorar la comunicación participativa y las relaciones con otras organizaciones y de esta manera conseguir una mayor visibilización y divulgación de las actividades de servicio.

Al iniciar este trabajo de investigación se realizaron distintos acercamientos con la organización, de forma tal que se pudo conocer su funcionamiento y sistema interno. Su comunicación funciona de manera horizontal, en donde todos los socios del club tienen un mismo nivel jerárquico, lo que ha sido clave en la estructuración de todas sus actividades, lo que ha permitido que sean organizadas y puedan ser realizadas por muchos años en la ciudad de Corozal.

Las entrevistas realizadas a socios como la past-president, Consuelo Oyola y a la asesora de comunicación Gloria Sierra manifestaron la importancia del Club de Leones dentro del Municipio de Corozal, su funcionamiento, su estructura y la importancia de una comunicación participativa para así cumplir sus objetivos de servicio. En este mismo sentido, López-Rojas (2013), asegura que la comunicación participativa tiene como aspecto particular ser dinamizador de grupos sociales, movilizandolos sus integrantes, que de manera organizada gestionan mejores condiciones de vida.

Ahora, respecto de la comunicación, Beltrán (1979), la define como aquel proceso por medio del cual se transmiten diferentes mensajes por medio de un receptor, el cual intenta enviar una información que carece de dominio e imposición, por lo cual, estos son procesos de comunicación cara a cara como ocurre en las reuniones de asamblea. De forma que la comunicación es un proceso muy importante en toda relación y por tal razón el Club de Leones de Corozal ha sido una organización que ha demostrado a lo largo de sus años que la comunicación dentro de ellos y por fuera ha sido el éxito en todas sus actividades realizadas.

Dentro de su estructura se puede observar una red social que se conforma por diferentes elementos que logran la interconexión entre los actores principales, logrando así cumplir con los objetivos propuestos (Santos, 1989). Es importante resaltar las relaciones que forman la red del Club de Leones de Corozal; desde un principio las relaciones son el principal motivo para construir esta red, que desde el Club de Corozal se forma con las relaciones internas y externas. Sumado a ello, la comunicación con otros Clubes de Leones dentro del país ha sido fundamental para conseguir ayuda y así poder llegar a distintas comunidades cambiando hábitos y enseñando nuevas formas de tener una mejor calidad de vida; siendo de esta manera la forma de conseguir organizar y realizar las actividades de servicio. En esta red todos los socios del club cuentan con posiciones y cada uno cumple una función en el desarrollo las actividades en la comunidad vulnerable

El Club de Leones de Corozal es una organización que consta actualmente con 33 socios activos, con características especiales: el servir a la comunidad, realizar actividades sociales, servicio de forma voluntaria, consciente del prójimo en una sociedad vulnerable a las que le brinda una atención a las necesidades que manifieste la comunidad; ser un socio del club significa que interactúa, gestiona y moviliza proyectos teniendo en cuenta el presente y el ahora,

siempre teniendo una vista al futuro. Es una organización que se adaptó al diplomado de Construcción de redes sociales de comunicación porque es una organización la cual construye redes sociales desde su labor de servicio a la comunidad y desde su la profesión los socios han construido proyectos que han beneficiado a las poblaciones más vulnerables del municipio de Corozal contando con el intercambio de relaciones que tiene con otras entidades como la E.S.E Cartagena de Indias, con la Alcaldía de Corozal, con el Ministerios de Cultura, las cuales han impulsado mucho más el servicio hacia las comunidades más vulneradas en especial a los niño, jóvenes y adulto mayor fortaleciendo la cultura, la salud y los valores en la comunidad Corozalera. Partiendo de lo anterior, se logró un manejo que se basara en cada uno de los aspectos de la comunicación que logran distinguirse dentro de la comunicación que incluya elementos participativos, comunitarios y de redes sociales (CIMAS, 2010)

A la actividad de servicio que se asistió se pudo observar el proceso desde la organización de la actividad de servicio. Primero el comité encargado del club acudió a la Cruz Roja, organización que hace presencia en la ciudad y que ha sido aliada del Club de Leones de Corozal, con la finalidad de acceder a esta comunidad de Cartagena de Indias. Se realizó una actividad a los adultos mayores del Barrio Cartagena de Indias Corozal, con los cuales se compartió un refrigerio infundiendo hábitos alimenticios, también se les realizó una charla para motivarlos con hábitos personales como lo son: la importancia de cepillarse los dientes, enseñarles a peinarse, bañarse enseñándoles, haciendo énfasis la importancia de estar bien; adicionalmente, como recreación se les llevo un instructor para enseñarles a como bailar el porro, baile que el Club de Leones ha dado reconocimientos y sembrando una semilla de cultura en las nuevas generaciones por más de 16 años con el Festival de Parejas Bailadoras de Porro, proyecto impulsado y patrocinado por el Ministerio de la Cultura y el Fondo Mixto de La Cultura.

En esta actividad se pudo ver como la comunidad esperaba con mucho cariño a los socios del club y al finalizar el mensaje fue que volvieran pronto a compartir con ellos. Al observar esta actividad es importante resaltar como están conectada su red social, al referirme a este concepto se puede hacer referencia a Barnes que en 1954 fue la primera persona en utilizar este término, siendo en este caso los puntos las organizaciones y comunidad unidas por la actividad que se realizó. Esta red no es autónoma, depende directamente de las relaciones que se construyan entre sí siendo estos vínculos por motivo de amistad, colaboración, o de otro tipo de interés.

En esta actividad el objetivo principal era el reconocer e informar cómo se vivió la sociopraxis en labores como es la participación activa y reflexiva por parte de la comunidad, creando un vínculo entre los participantes, de esta manera se articula con lo expuesto por Villasante (2010) sobre acción participativa quien la menciona como el papel que juegan los integrantes de una comunidad en una organización social, convirtiéndose en pilares fundamentales de la investigación ya que pueden observar sus falencias y asimismo sus fortalezas en la red social comunicativa.

Dentro de la organización se ve el reflejo de la satisfacción del servicio a las comunidades y el de transformar comunidades, llevando esto a fortalecer y seguir construyendo la red social del Club y que día a día siguen ampliándola, relacionándose por medio de las actividades que realizan en este caso esta que se pudo asistir, pero se amplía cada día más con la realización de otras actividades en otros sectores y categorías en la comunidad de Corozal.

Con ello, se identificó el posicionamiento de los actores internos y externos. Todo esto se realizó con el propósito de proponer una “Estrategia Comunicativa Integral”, la cual tocó aspectos como: Comunicación Interna y externa, comunicación interinstitucionales y Comunicación buscando mejorar los procesos por medio de las redes sociales que ayudaran a

difundir las actividades y mejorara de esta manera la participación y visibilización del club, esto se realizará dotándola de herramientas tecnológicas y comunicativas que generen una mayor interacción entre las comunidades y el club sumándole una mayor Sociopráxi.

No obstante, durante la investigación se denotó el poco conocimiento de comunidad sobre las actividades que realiza el club, ya que su proceso comunicativo puede considerarse como anticuado y ajeno al uso de las nuevas tecnologías, lo que no permite que haya una difusión amplia para que el Club tenga un radio de impacto mucho más extenso.

Para poder establecer nuevas estrategias de comunicación para esta organización es menester que en primer lugar se analice el tipo de comunidad con la que suelen trabajar; por comunidad se puede entender

Una agrupación o un conjunto de personas que habitan en un espacio geográfico delimitado y delimitable, cuyos miembros tienen conciencia de pertenencia o identificación con algún símbolo local y que interaccionan entre sí más intensamente que otro contexto, operando redes de comunicación, interés y apoyo mutuo (Ander- Egg 2003) p.10

Teniendo en cuenta lo anterior, se parte del precepto de que la investigación de la que se habla en este ensayo estudió el Club de Leones de Corozal y todos los servicios que presta a la comunidad. La realización de la actividad demostró la importancia de la conexión entre el Club de Leones, la comunidad y su red social. Sobre ello, se puede remitir a Barnes, que en 1954 definió este término como un conjunto de puntos, algunos unidos por líneas, donde los puntos son personas y grupo y las líneas indican la interacción entre ellos; siendo en este caso los puntos la organización y la comunidad, que está unida por la actividad que se realizó. Dicha red no es automática, debido a que depende directamente de las relaciones que se construyan entre los

“puntos”, ya sea por vínculos amistosos, de colaboración o de cualquier otro tipo de interés, donde ambas partes se ven beneficiadas.

Aunque esta red social ya tiene lazos establecidos, se pudiera fortalecer si el Club de Leones empleara estrategias mucho más novedosas, entendiéndose por estrategia una serie sistemática y bien planificada de acciones que combinan diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto y objetivo, utilizando los recursos disponibles, en un tiempo determinado. En este mismo sentido, se logra plantear el uso de estrategias cuyo concepto se encuentra relacionado con el hecho de tener elementos sistemáticos y planificados que permitan el uso de métodos y herramientas que logren una transformación concreta y objetiva que logra beneficios para la población, por medio del uso de los recursos con los que cuenta la misma y en un periodo de tiempo previamente establecido (Mefalopulos & Kamlongera, 2008).

El fin de diseñar una estrategia de comunicación es la de tratar de resolver los problemas de la organización, y en este caso la estrategia comunicacional a proponer es la de hacer uso eficaz de las redes de comunicación digitales las cuales ayuden a visibilizar las actividades de servicio, de esta manera poder llegar y tener más participación de las comunidades y tener mayores aliados. A pesar que el club es conocido por la comunidad por los servicios prestados y que conoce algunas de sus actividades que son fijas en el club como la novena de aguinaldos, el festival de pareja bailadoras de porro y los servicios de salud que presta en su sede, presenta en la actualidad una baja participación de la comunidad y desconocimiento de las actividades que va realizar el Club. De esta manera se presentó al Club la estrategia llamada: Mostremos nuestro servicio teniendo por objetivo principal la de visibilizar las actividades de servicio por medio de los medios de comunicación eficaces como hoy en día lo son la página web, su actualización, ya

que cuenta con ella pero no la alimentan ni la tienen actualizada, las redes sociales como Facebook, Twitter y Instagram, las cuales son herramientas de comunicación que sería de utilidad para que se difundiera más efectiva y oportuna las actividades de servicio del club y de esta manera se conseguiría una mejor participación y visibilicen a otras organizaciones que deseen asociarse con el Club.

Para poder llegar a esta estrategia fue fundamental conocer la organización y ser partícipe de sus actividades y el interactuar con la comunidad. En la ejecución de esta estrategia es importante tener en cuenta los siguientes pasos, que son de suma importancia para cumplir nuestros objetivos:

- Como primera medida los socios del club deben ser capacitados con TICS ya que estaha sido reconocida como una debilidad en la organización.
- La actualización de su página web, ya que cuentan con ella, pero desactualizada y sinalimentarla con las actividades y servicios.
- La creación de redes sociales que ayudaran a conocer más sobre los servicios del club.

El implementar estas estrategias para el fortalecimiento comunicacional del Club de Leones de Corozal fortalecería su visibilidad y la participación de la comunidad como de otras organizaciones sería el plus para las comunidades que son las beneficiadas en este proceso de modernización en comunicación del Club.

Conclusión

La comunicación se convierte en un factor esencial en el desarrollo de estas actividades, puesto que si no cuentan con una comunicación participativa entre ellos y la comunidad el alcance de su objetivo puede ser casi imposible. Esto trae como consecuencia de que el Club de Leones tenga que ampliar sus redes sociales, para que de esta forma pueda expandir sus servicios a todas las personas que necesiten de él. Sobre todo, aquello relacionado con los medios de comunicación actual, los digitales, que se han convertido en una herramienta fundamental para actualizar y un club que hoy en día no tiene conocimiento ni herramientas digitales que expandirían su red.

El diseño de esta estrategia comunicacional consiste en mostrar cual es el servicio que presta el Club, ayudará a fortalecer los procesos comunicativos para aumentar la participación de la comunidad en las actividades de servicio que ha prestado el club como son: la salud, educación, cultura y medio ambiente. También esta estrategia visibilizará la red social ayudándola a su crecimiento, ya que con esto conseguirán tener más actividades y acceder a más comunidades para que sean beneficiadas.

Para mí como participante de este Diplomado ha sido una satisfacción realizar esta investigación, la cual he realizado con un profundo agrado, porque con ella conocí aún más el amor por esta profesión y que desde ella se puede dar un servicio para transformar sociedades.

Referencias

- Ander-Egg, E. 2003. *Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad*. Libro I. Buenos Aires: Grupo Editorial Lumen.
- Beltrán, L. R. (1979). Revista comunicación y sociedad. Obtenido de Adiós Aristóteles. La comunicación horizontal: <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- CIMAS. (2010). *Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible*. http://www.redcimas.org/wordpress/wpcontent/uploads/2012/09/manual_2010.pdf
- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la comunicación participativa de latinoamerica. Revista Desbordes. Obtenido de Breve recorrido por la investigación pariti.
- Mefalopulos, P., & Kamlongera, C. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación . (Segunda Edición). Roma, Italia: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s00.htm>
- Santos, F. R. (1989). El Concepto de red social. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, págs. 137-152.
- Villasante, T. R., (2010). Redes sociales para la investigación participativa. *Sociedad Hoy*, (18), 109-129. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=90223045008>