



Revista de Ciencias Sociales (Ve)
ISSN: 1315-9518
rcs_luz@yahoo.com
Universidad del Zulia
Venezuela

Redes y actores: Un avance en las relaciones de poder en la comunicación organizacional

Baquero Galvis, Dana Ibed; Cárdenas García, Santiago Felipe

Redes y actores: Un avance en las relaciones de poder en la comunicación organizacional

Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVI, núm. 4, 2020

Universidad del Zulia, Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28065077019>

Redes y actores: Un avance en las relaciones de poder en la comunicación organizacional

Networks and actors: An advance in power relations in organizational communication

Dana Ibed Baquero Galvis
Corporación Universitaria Minuto de Dios –
UNIMINUTO, Colombia
dbaquero@uniminuto.edu

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28065077019>

Santiago Felipe Cárdenas García
Corporación Universitaria Minuto de Dios –
UNIMINUTO, Colombia
santiago.cardenas@uniminuto.edu

Recepción: 10 Junio 2020
Aprobación: 28 Agosto 2020

RESUMEN:

Comprender las relaciones que se generan en las organizaciones requiere del trabajo colaborativo tanto de los actores, como de los espacios involucrados. Con la cartografía social se busca humanizar de manera participativa los vínculos de encuentros y desencuentros entre los múltiples protagonistas; para ello, se utilizó el mapeo cultural como herramienta metodológica entre los trabajadores de UNIMINUTO Centro Regional Madrid, con el fin de conocer cómo se generan las relaciones y roles de poder en la organización utilizando recursos que no sean meras convenciones lineales, sino por el contrario, elementos asociados a la capacidad humana de abstracción e interconexión de los sentidos para relacionar aspectos disímiles como las teorías de figuras geométricas básicas y la del color. Mediante la caracterización ontológica de procesos mentales y la sinestesia, los trabajadores asociaron a través de referentes sensoriales, las percepciones y cualidades subjetivas que nacen de las experiencias individuales en el entorno laboral, construyendo un mapa que narra cómo se dan los nexos entre las personas y las funciones asignadas. Se concluye que las bases neurofisiológicas de la metáfora y el lenguaje para construir el mundo organizacional pasa inicialmente por la mente individual para constituir la en una experiencia subjetiva colectiva, cultural y estructural.

PALABRAS CLAVE: Cartografía social, redes, teoría del color, comunicación para el cambio, relaciones de poder.

ABSTRACT:

Understanding the relationships that are generated in organizations requires the collaborative work of both the actors and the spaces involved. Social cartography seeks to humanize in a participatory way the links of encounters and disagreements between the multiple protagonists; For this, cultural mapping was used as a methodological tool among the workers of UNIMINUTO Centro Regional Madrid, in order to know how relationships and power roles are generated in the organization using resources that are not mere linear conventions, but on the contrary, elements associated with the human capacity for abstraction and interconnection of the senses to relate dissimilar aspects such as theories of basic geometric figures and that of color. Through the ontological characterization of mental processes and synesthesia, the workers associated, through sensory referents, the subjective perceptions and qualities that arise from individual experiences in the work environment, building a map that narrates how the links between people and assigned functions. It is concluded that the neurophysiological bases of metaphor and language to build the organizational world initially go through the individual mind to constitute it in a collective, cultural and structural subjective experience.

KEYWORDS: Social cartography, networks, theory of color, communication for change, power relationships.

INTRODUCCIÓN

La cartografía social como herramienta de planificación y transformación, ha demostrado una gran importancia para las ciencias sociales aplicándose en temas diversos como la salud, psicología, organización

empresarial y comunicación (Clark, 2006), mediante estas áreas se hacen representaciones colectivas de diversas realidades sociales para traducirlas en conocimiento. El conocimiento y mapear el pensamiento social permite tomar decisiones para ejecutarlas y a su vez, estas se convierten en acciones que orientan al cambio desde la participación como derecho legítimo de los individuos para concurrir y contribuir hacia nuevas opciones de vida y convivencia.

Sin embargo, se ha mantenido un interés académico hegemónico por investigar a través del desapego humano la priorización hacia la esencia del objeto respecto del sujeto. Asimismo, la ciencia tradicional enfatiza en el uso de la razón y la validación por observación directa (Barriga y Henríquez, 2005), pero, ¿qué pasa con los conceptos y creencias que se rigen por la emoción más que por lo racional? De acuerdo con lo anterior, se realizó un mapeo de redes y actores como herramienta de planificación para la construcción del conocimiento desde la participación y el compromiso social con los trabajadores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO) Centro Regional Madrid, con el fin de conocer cómo se manifiestan las relaciones según los roles y funciones en la gestión organizacional.

A través de una serie de preguntas específicas relacionadas con la percepción y la abstracción que realizan todos los seres humanos para relacionarse en un espacio determinado y la representación de dicho espacio, se propuso construir una cartografía que representara tanto las relaciones, como los sujetos que interactúan en la organización, destacando los vínculos o correspondencias que se forman según la ubicación de los actores en cuanto a las funciones que desempeñaban. Para la construcción colectiva del mapa se establecieron unas convenciones de forma, basadas en el experimento Bouba y Kiki de Ramachandran (2011); y otras sobre la teoría y psicología del color (Heller, 2008).

1. REPRESENTACIÓN DE LA REALIDAD COLECTIVA: REALIDAD DEL INDIVIDUO

El ser humano interpreta el mundo que le rodea y actúa basado en esas interpretaciones. Pensadores como Aristóteles, Platón y Sócrates, se preocuparon por demostrar que pensamiento y lenguaje constituyen una sola realidad, pues ambos son idénticos en su esencia (Gutiérrez, 2009); incluso Marx defiende este monismo. Se podría afirmar que no hay pensamiento si no hay diálogo interno y no hay diálogo si no existe la capacidad de representar realidades en la mente.

Al respecto, Coello (2017) manifiesta que dado que la psicología se encarga del “estudio de la conducta y de los procesos mentales, parte de la contribución es ayudar a los individuos a tener las herramientas pertinentes con la información correcta para lidiar de la mejor manera con su propia existencia” (p.62), mostrando un tratamiento individual influenciado por lo que recibe del ambiente, las condiciones contextuales y el estado particular del individuo. En este sentido, solo se habla de la representación de la realidad del individuo; sin embargo, ¿cómo se representa la realidad colectiva?

Para Uranga (2016), no existe una sola realidad que origine la acción en el sujeto colectivo, sino una trilogía compuesta por el conocimiento, la transformación y la comunicación, en tanto que ninguna se considera secuencia de la otra. Si se trata de representar realidades en la mente del individuo, el código binario (pensamiento y lenguaje) -por decirlo de alguna manera- actúa para dibujarse un mapa que interprete todo cuanto le rodea tomando elementos racionales y subjetivos que respondan o validen eso que simbolizan; sin embargo, esa interpretación puede cambiar o transformarse en lo colectivo.

La representación colectiva, es la concertación de la suma de interpretaciones individuales compartidas o acordadas dentro de un proceso comunicativo. Al respecto, Navarro, et al. (2020) destacan la importancia de la comunicación “en la interacción de los seres humanos para su convivencia e intercambio de información, conocimientos y experiencias” (p.78). A partir de aquí, se estará gestando la trilogía a la que apela Uranga (2016). Una vez concertada la representación de las realidades sociales, es posible obtener nueva información para procesarla, comunicarla y convertirla en conocimiento. De acuerdo con Barzaga, et al. (2019) “hablar de información no es lo mismo que conocimiento, la primera es el punto de partida del conocimiento, se

compone de hechos y sucesos, sin embargo, el conocimiento es la interpretación de dichos hechos en un contexto”, con alguna finalidad. Pero ¿de qué sirve el conocimiento si se encapsula en el mapa de un solo individuo?

No es que se esté de acuerdo en que, con solo conocer se pueda transformar; se cree que con tan solo comunicar ya se transforma, es decir, la transformación se entiende como la capacidad colectiva de patrocinar el cambio a través del ajuste de realidades para llegar a un estado deseado. En la representación colectiva cada individuo crea sus propios imaginarios de todo cuanto lo rodea y al ser compartidos, la retroalimentación generará inevitablemente nuevas perspectivas. No se puede entonces entender al individuo como ser aislado, pero sí como sujeto único que comparte y crea con otros. Al ser esto así, no hay individuo que se abstraiga de su esencia para razonar sobre lo colectivo, pues forma parte de él.

1. SUJETO SOCIAL: UNA VISIÓN DESDE LA TRANSFORMACIÓN DEL CONOCER Y LA COMUNICACIÓN

En el sujeto social, ¿no se puede transformar si no se está en la capacidad de conocer y comunicar? o ¿no se puede comunicar si no se está en capacidad de conocer para transformar?; pero ¿se puede conocer sin antes comunicar y transformar? Querer saber, ya es el camino para transformar, pero no es conocimiento en sí mismo.

Con el fin de poder encajar cada una de las piezas de esta triada (conocimiento-comunicación-transformación), Uranga (2016) propone integrarlas a través de la participación colectiva y la intervención, entendida como el pensamiento social predominante para abordar problemas sociales, en los que los sujetos construyen acciones cargadas de principios y valores orientados al cambio.

En estas acciones el sujeto social aborda su territorialidad, entendida como un espacio dinámico mediado por el contexto y las acciones, que se desarrollan en su interior, pasando a ser un objeto susceptible de intervención política (Velázquez, 2013; Harto, 2018). Es decir, la concepción del espacio no como un telón de fondo donde suceden las cosas subordinadas al tiempo (Boyer, 2007), sino como el resultado de una construcción permanente de identidad concebida desde el pensamiento de los individuos.

No se puede emprender ninguna acción para la transformación social por un solo individuo que se pretenda ver a sí mismo como un ente ajeno a la sociedad. Claro que sí puede tomar decisiones para el rumbo de ésta, pero en palabras de Villasante (2009), “No hay ninguna posibilidad de una investigación neutral, desapasionada...” (p.215), pues quién tome la iniciativa, sea ésta solo para explicar un fenómeno social, o para proponer cambios en el mismo sentido, lo estará haciendo desde la condición de formar parte de esto que describe o propone; no puede haber desapego humano para que prime la esencia del objeto respecto del sujeto.

En efecto, ni Uranga (2016), ni el propio Villasante (2009) aceptan este desapego. El primero, a pesar de hablar de intervención, apela a la participación colectiva para transformar; y el segundo, piensa que es anticientífico tomar una postura que intente librar a quien investigue de su propia biología. Si esto se llegase a aplicar en la construcción social, significaría entonces tener la capacidad inhumana de intervenir en contra de los individuos.

En las ciencias sociales el objeto de estudio es el sujeto; separarse uno mismo para encontrar la esencia de sí, implicaría despojarse de lo que es y entonces no sería, por lo tanto, no se llegaría a conocer. Así, en el ámbito social, la transformación no la hace un solo individuo sino un colectivo en el que, incluso, el mismo investigador se hace partícipe de la búsqueda de dicho cambio.

La ciencia tradicional enfatiza en el uso de la razón y la validación por observación directa (Barriga y Henríquez, 2005), pero ¿qué pasa con los conceptos y creencias que se gobiernan por las subjetividades más que por lo racional? El ser humano, es un complejo que se rige entre el dualismo de lo emocional y lo racional; aún al separar la dimensión natural del ser, ¿no se estarán descartando elementos que podrían nutrir aún más eso que se investiga?

El investigador social debe realizar dos actividades impensadas por la tradición científica preeminente: Por un lado, el de ser co-participante de la investigación; y por otro, el de hacer partícipe activo al agente. En palabras de Villasante (2009), “primero planteamos la parte participativa, porque nos da el contexto de las verdaderas preguntas ¿para qué? Y ¿para quién?, desde ahí enfocamos todas las técnicas necesarias del proceso” (p.218).

El rigor del investigador consiste en estructurar una metodología de trabajo participativo, lo que significa que la comunidad orienta operativamente el conocimiento, y se construye en la acción de la participación, porque se abre el camino hacia posiciones entre lo que se cree y lo que se observa, que difícilmente se consigue con resultados estadísticos.

Si se puede concertar que el investigador no se desliga de su naturaleza sentipensante y que debe integrar la práctica disciplinar con el trabajo comunitario (Jaramillo, 2012), también se debe establecer que el investigador social será un negociador para superar los prejuicios que los actores evidencien en la búsqueda participativa de cambios en beneficio de todos y no de unos, sin caer en idealismos.

2. PROCESO SOCIAL INVESTIGATIVO: LA ACCIÓN

Una de las alternativas para la transformación social es el uso de las metodologías participativas, referidas a la construcción colectiva que articula la planificación de propuestas, gestión de recursos, ejecución de actividades y evaluación de proyectos, manteniendo en todo momento la implicación comunitaria como un derecho, deber y mecanismo (Soliz y Maldonado, 2012).

Dado lo anterior, se planteó utilizar la cartografía social como herramienta de planificación, para la construcción del conocimiento desde la participación y el compromiso social de los trabajadores de UNIMINUTO Centro Regional Madrid, con el fin de conocer cómo se manifiestan las relaciones de poder en la gestión organizacional. Para la construcción colectiva del mapa, se buscó evidenciar las relaciones que la organización ha establecido con sus diferentes actores y para su realización se les solicitó con antelación a los participantes que contestaran una serie de preguntas específicas, relacionadas con la percepción y la abstracción que realizan todos los seres humanos para relacionar tanto elementos, como situaciones dispares. Dichas preguntas se basaron en la simbología de las figuras geométricas básicas y en la teoría del color.

Ambos elementos (figuras y color), sirvieron como convenciones en la construcción del mapa de redes, con el fin de representar la realidad social jerarquizada destacando los conjuntos de vínculos o relaciones que se forman según la posición de los actores en cuanto a roles y funciones realizadas en la sede administrativa del Centro Regional Madrid.

Las preguntas estructuradas sobre las figuras geométricas básicas, se basaron en el experimento efecto Bouba y Kiki de Ramachandran (2011); y las preguntas generadas acerca del color, se realizaron a partir de la teoría y significado del mismo, según Heller (2008). A continuación, se aborda dicho experimento y respectivas teorías.

2.1. Efecto bouba-kiki

La interconexión como atributo de los sentidos humanos que reciben información permanente del mundo interno y externo, cambian ese conjunto de datos a un estado de conocimiento definido como un fenómeno de la conciencia. En general, se piensa erróneamente que, si una persona no se da cuenta de algo o si no se es consciente de ese algo, no se puede conocer (Labaig, 2013); sin embargo, el conocimiento no es siempre consciente.

Como sujetos, las personas viven abrumadas por los permanentes estímulos externos en los que se ven inmersos e inevitablemente le dan un significado a todo cuanto les rodea. Este significado es una percepción

que en últimas elimina una gran parte del inmenso caos de posibles datos que ofrece el mundo externo (Labaig, 2013). De este modo, el caos es “ordenado” a través de una uniformización del desorden tendiendo a igualar las cosas, detectando las similitudes y las diferencias (Carrasco, 2015).

Mediante un sencillo experimento, Ramachandran (2011) demuestra la increíble proeza de abstracción que tienen los seres humanos interconectando los sentidos para relacionar elementos disímiles. Dicho experimento consistió en pedirle a un grupo de personas que emparejara dos dibujos con dos palabras. Uno de estos dibujos, era una línea sinuosa y lobulada; y el otro, una línea quebrada de ángulos puntiagudos; las palabras a relacionar eran “bouba” y “kiki”. Los resultados arrojaron que la gran mayoría relacionaba el dibujo de contornos suaves con la palabra “bouba” y el de líneas quebradas con la palabra “kiki”.

En ese sentido, Ramachandran (2011) manifiesta que en el efecto bouba-kiki, lo que ocurre es que el cerebro realiza la abstracción cuando conecta los mapas visuales y auditivos. Los dos *inputs* son completamente distintos en todos los sentidos salvo en uno –las propiedades abstractas de la condición de puntiagudo o curvilíneo-, y por tanto, el cerebro ubica este común denominador rápidamente al emparejarlos, denominando a este proceso como “abstracción intermodal”.

Desde una mirada ontológica, el ser humano clasifica los elementos del mundo en distintas categorías de acuerdo a los atributos evidenciados y con las cuales se interpreta el mundo. Según Chi (1992), cada vez que una persona se enfrenta a un fenómeno, hecho u objeto que es nuevo, lo categoriza ontológicamente como materia, proceso o estado mental, con la intención de hacer al mundo más controlable y predecible.

Esta forma de interpretar el mundo permite hablar sobre él, narrar las cosas que allí suceden y representar eso que ven, sienten y escuchan. Dicha representación o conocimiento intuitivo se basa en métodos simples de semejanza y contigüidad (Piaget, 1973; Pesa, Colombo y Bravo, 1995; Pozo y Gómez, 1998), caracterizados por principios epistemológicos, que implican una percepción ingenua; y, por nociones ontológicas, que inducen a interpretar tanto propiedades, como cambios conceptuales concebidos por Chi (1992). Así es como en las figuras geométricas básicas, el círculo, puede evocar lo infinito, movimiento, adaptabilidad, vida social o armonía; el cuadrado, transmite solidez, seguridad o encierro; y el triángulo, puede simbolizar ciencia, soporte y poder.

2.2. Teoría del color

Los colores que se observan constituyen reacciones a los estímulos visuales a través de procesos complejos producidos en el aparato perceptivo (Zelanski y Fisher, 2001). Las luces son distintas tanto en longitud de onda, como en luminosidad; es decir, la frecuencia y la energía de la luz es la que determina el color que percibe el ojo humano (Pino, 2011).

Entre las múltiples teorías planteadas sobre la teoría del color, según Zelanski y Fisher (2001), la más aceptada en la actualidad es la teoría tricromática expuesta en 1801 por el físico inglés Thomas Young: Longitudes de onda larga, donde se encuentra la gama de luz roja; longitudes de onda media, donde se encuentra la gama de luz verde; y longitudes de onda corta, donde se encuentra la gama de luz azul-violeta. Se cree que estos niveles primarios de reacción se combinan para formar todas las sensaciones cromáticas.

De igual modo, existe relación entre el estado emocional y la percepción del color. De acuerdo con estudios de Peter Hayten (1967), el ser humano manifiesta una actitud frente al color marcada además por las influencias del medio, la educación, temperamento, entre otros. En los pueblos primitivos y en los infantes, se ve una clara preferencia por los colores puros y brillantes (Del Olmo, 2005). Las preferencias por los tonos, obedecen a elementos socioculturales que pueden variar con la edad, formación y entorno social. Los colores, se perciben de un modo diferente en función de la variación del entorno cromático y luminoso en el que se encuentren, desatando un conjunto de ideas compositivas de equilibrio, armonía y consonancia (Roig-Vila, et al., 2016).

Pero también hay determinadas gamas producidas por la longitud de onda, que pueden ampliar o reducir la experiencia sensitiva o faculta para extender otras capacidades como la sinestesia (Albers, 1979), entendida esta como la percepción unida, que se genera por la estimulación de un sentido (por ejemplo, el visual al ver un color), que puede conllevar a la estimulación de otra modalidad sensorial (por ejemplo, el oído al escuchar vibraciones producidas por eso que ve). Esto mismo sucede al experimentar una sensación multimodal como en el efecto bouba-kiki.

Esta particularidad del fenómeno de la sinestesia quedó relegada a la periferia de la investigación por su carácter subjetivo (Hochel, 2006), puesto que se suponía que cuando el sinésteta habla de “verde esperanza” o de “sabores rojos” (Hochel, 2006) e incluso de “colores chillones”, lo hace puesto que simplemente está utilizando un lenguaje metafórico.

Debido a la influencia del conductismo y a la desestimación de la subjetividad o su negación, la investigación tradicional hegemónica del siglo XX buscó a toda costa eliminar el papel subjetivo de un observador humano en la recolección de datos empíricos (Cytowic, 2003). Sin embargo, el horizonte ha cambiado en este último tiempo; investigadores como el propio Cytowic, Ramachandran y Hubbard, Sean Day, Daniel Smilek, Michael Dixon, entre otros, abrieron paso a que la sinestesia se vea como un hecho científico cuya existencia puede ser demostrada y estudiada empíricamente (Hochel, 2006).

Para Hochel (2006), la sinestesia es reconocida como un fenómeno que puede abrirse ante enigmas científicos e incluso filosóficos, tales como la naturaleza, la percepción, las cualidades subjetivas de experiencias individuales, todas como bases neurofisiológicas de la metáfora y el lenguaje. Las referencias sensoriales para expresar el mundo que se siente, vienen enriquecidas desde una dimensión metafórica y también desde lenguajes técnicos como el médico, tan explícito como la “mancha verde” de los cadáveres (Iribas, 2007).

Así, en la experiencia subjetiva colectiva, según Itten (1992), los colores irradian fuerzas generadoras de energía que producen en el ser humano una acción positiva o negativa, se tenga o no conciencia de ello. En palabras del precitado autor: “Los efectos del color deben ser vividos y comprendidos de un modo no únicamente óptico, sino también psíquico y simbólico” (p.13).

La teoría del color se puede abordar entonces desde diferentes puntos de vista. En la física, se estudia la energía de las vibraciones electromagnéticas que originan la luz y sus diferentes posibilidades de producir fenómenos de color, como la descomposición de la luz blanca en colores espectrales en su paso por un prisma; en la química, se estudia la constitución molecular de la materia colorante, los problemas en la conservación de los colores y su resistencia a la luz; en fisiología, se aprenden tanto las condiciones, como las funciones anatómicas en que la luz y los colores operan en el sistema visual; y en la psicología, interesada en determinar cómo los colores afectan el subconsciente y el espíritu, su simbolismo y su definición (Itten, 1992).

2.3. Psicología del color

El paradigma de los colores se puede abordar desde tres ángulos: Sensible y óptico o impresión del color; psíquico o expresión del color; e intelectual y simbólico o construcción del color. En lo psíquico, cada color provoca una reacción espontánea, es decir, los colores y sentimientos no se combinan de forma accidental. Las relaciones entre tonos y sensaciones, obedecen a experiencias universales asociadas al lenguaje y al pensamiento.

Si bien es cierto, que se experimenta más sentimientos que colores, estos últimos también pueden producir muchos efectos distintos y hasta contradictorios. Un color rojo, puede resultar erótico o bárbaro, o incluso noble. No obstante, esta contradicción obedece al concepto acorde cromático, es decir, cada color se encuentra rodeado de otros colores (Heller, 2008), y de acuerdo al acorde, puede variar en su interpretación. Ningún color carece de significado; y como se ha dicho, el color es más que un fenómeno óptico.

De acuerdo con Heller (2008), en un sentido psicológico existen trece colores que producen efectos psíquicos. Estos son los colores primarios (amarillo, azul y rojo); los colores secundarios (verde, anaranjado, violeta); las mezclas subordinadas (rosa, marrón, gris); la ausencia de luz y la suma de ellas (negro y blanco); y el plateado y dorado. El significado de los colores desde el punto de vista psicológico que se describe a continuación, se basa en los estudios realizados por Eva Heller a 2.000 personas en Alemania:

a. Amarillo: El amarillo es contradictorio. Simboliza optimismo y sus acordes naranja y rojo infunden ideas de alegría y riqueza. El amarillo como luz, se refiere a la iluminación mental.

b. Azul: Es el color que inspira simpatía, armonía y fidelidad pese a ser frío y distante. El azul crea la perspectiva de lejano, infinito y frío.

c. Rojo: Es el color de todas las pasiones, del amor y el odio. Es el color de la alegría y el peligro. Esta es la denominación cromática más antigua del mundo. Probablemente es el primer color que los recién nacidos pueden ver y es el más nombrado de forma espontánea.

d. Verde: Se le representa como el color de la fertilidad, de la esperanza y la burguesía. Representa la conciencia medioambiental, el amor a la naturaleza y el rechazo de una sociedad dominada por la tecnología. Sin embargo, el verde también es venenoso; se puede imaginar lo venenoso con sustancias verdes.

e. Naranja: El color naranja tiene un papel secundario puesto que se suele pensar antes en el amarillo y el rojo. Incluso, se dice rojo atardecer siendo que es naranja o cabello rojo, cuando la verdad es anaranjado. Hasta los peces que se les llama dorados, son en realidad naranjas.

f. Violeta: Se considera un color ambivalente. Surge del rojo y el azul, o de lo masculino y femenino, de lo sensual a lo espiritual. Y esta unión contraria es lo que simboliza. Se asocia a la devoción, a la teología y a la penitencia donde los hombres y mujeres deben transitar para transformarse.

g. Negro: Es el color del poder, de la violencia y la muerte; pero también de la elegancia y la negación. Se le asocia a la moda y a lo costoso.

h. Blanco: Es el color femenino de la inocencia, del bien y es el más importante para los pintores. También es el color de los dioses tomado por los sacerdotes en la liturgia de las festividades mayores. Y como el negro, el blanco es el color de la univocidad y la exactitud.

3. METODOLOGÍA

Como ya se dijo anteriormente, en el presente estudio se planteó utilizar la cartografía social como herramienta, para la construcción del conocimiento desde la participación y el compromiso social de los trabajadores de UNIMINUTO Centro Regional Madrid. En ese sentido, a partir de una encuesta aplicada a una muestra de 24 trabajadores de la sede administrativa de dicho Centro, se determinó cuáles serían las convenciones para la construcción de la cartografía de redes y actores.

En la encuesta se presentaron dos figuras: Una, con forma puntiaguda y otra de forma sinuosa. El trabajador debía relacionarlas con los nombres bouba o kiki. Luego, debía asociar los colores amarillo, azul, rojo, verde, anaranjado, violeta, negro y gris con las siguientes percepciones: Frialdad, alegría, agresividad, armonía. Se plantearon más colores que percepciones para que el encuestado tuviera más opciones que elegir y no sesgar unas posibles respuestas.

Seguido a ello, cada trabajador recibió un plano del edificio administrativo. En este únicamente se delimitaron los espacios físicos, pero no se nombraron dependencias ni cargos. Se les pidió que utilizaran los colores seleccionados junto con las figuras círculo, cuadrado y triángulo, basados en las siguientes convenciones: Círculo: Armonía; Cuadrado: Seguridad; y, Triángulo: Poder. Finalmente, cada trabajador dibujó en los planos las figuras geométricas según su percepción y, paralelo a ello, las coloreó teniendo en cuenta el significado que le otorgó a cada tinte.

4. CARTOGRAFÍA SOCIAL REALIZADA CON LOS TRABAJADORES DE UNIMINUTO CENTRO REGIONAL MADRID

4.1. Kiki v/s Bouba

Frente a la relación de las figuras con el nombre, la inmensa mayoría asoció la figura cerrada sinuosa con el nombre de Bouba (96%); y tan solo el 4% restante relacionó la misma figura con Kiki. De esta forma, se estableció que el inconsciente colectivo relaciona el círculo, con entornos socialmente armónicos; el cuadrado, con seguridad; y, el triángulo, con dispositivos de poder.

4.2. Percepción de los colores

La siguiente es la escala de colores a considerar: 

De acuerdo con la escala suministrada, en la Figura I se puede apreciar los colores que la muestra representó, de acuerdo con la asociación de los colores a las percepciones planteadas.



FIGURA I:
Percepción de los colores
Elaboración propia, 2020.

a. Análisis de la percepción según color y forma primer piso

En la Figura II, de acuerdo con el análisis de la percepción según el color y las formas o figuras, se puede observar que las zonas que presentan color representan aquellas donde existe mayor interacción, en el primer piso, entre los trabajadores de UNIMINUTO. Desde el paradigma psíquico de la psicología del color, el amarillo, que fue asociado con alegría por el 71% de la muestra, se simboliza como zonas donde se manifiestan relaciones armónicas.

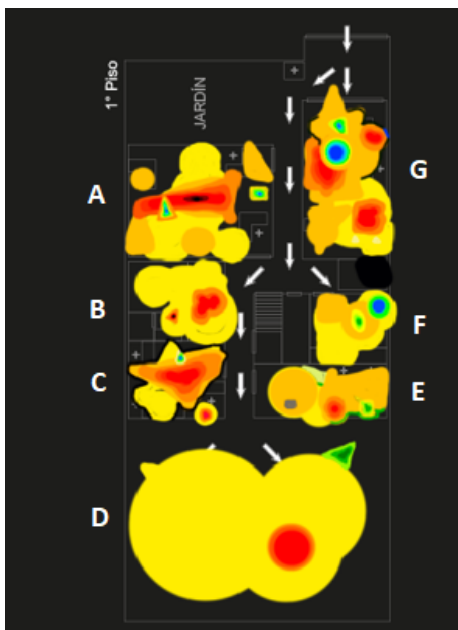


FIGURA II:
Percepción según color y forma referente al primer piso
Elaboración propia, 2020.

De acuerdo con los resultados, los espacios que generan un mayor equilibrio entre acordes cromáticos y figuras básicas son en su orden:

Zona B, Cocina: Predomina el amarillo, naranja y rojo en círculos. Existe entonces, un tránsito armónico de los colores, lo cual representa coherencia entre los significados de los colores presentados por los encuestados (ver Figura II).

Zona D, Patio: Predomina en mayor porcentaje el amarillo y la figura básica es el círculo. En menor grado, el naranja, el rojo y el verde. Existe entonces una congruencia entre el simbolismo del color y la simbología de las figuras geométricas, pues ambas connotan sensaciones relacionadas con la interacción social positiva o relaciones armónicas (ver Figura II).

De igual manera, los espacios que connotan mayores confrontaciones por el predominio del color rojo y sustentado por la figura básica triángulo son:

Zona A, Recepción, Mercadeo, Facturación, Cooperativa: La armonía se ve interrumpida por el triángulo que simboliza la lucha de poderes en la parte central, abarcando todos los espacios funcionales de la zona (ver Figura II).

Zona C, Gestión Financiera y Humana: El control y poder representado por el triángulo, intenta cubrir todo el espacio con los acordes amarillo, naranja, rojo, rojo-violeta y negro. Los tres últimos colores son en general catalogados como agresivos para la muestra (ver Figura II).

Zona G, Centro de emprendimiento: Se presenta con más interacciones debido a las figuras y colores. Sobresalen de la base de los colores amarillo y naranja, zonas donde se manifiesta agresividad y frialdad; sin embargo, se hace evidente que estas expresiones están focalizadas y ubicadas sobre figuras triangulares que connotan poder. Nuevamente, tanto figuras, como color se asocian en su significado colectivo (ver Figura II).

Finalmente, las zonas E y F, sobresalen sobre formas circulares y cuadradas con los acordes base del amarillo al rojo; no obstante, se mantienen unos focos que connotan frialdad y agresividad en pequeños puntos.

b. Análisis de la percepción según color y forma segundo piso

El mapeo de redes y actores en el segundo piso de la Sede, el cual se puede evidenciar en la Figura III, presenta con mayor fuerza zonas específicas de colores fríos, relacionados con agresividad y frialdad por parte de la muestra. Si bien, se mantienen los acordes base de amarillo y naranja, es latente sobre todo en las zonas A

y C unas relaciones enmarcadas en la frialdad, que desembocan en el conflicto connotado por los pigmentos rojos que justamente se encuentran rodeados por los colores azul y verde que la muestra percibió como frialdad.

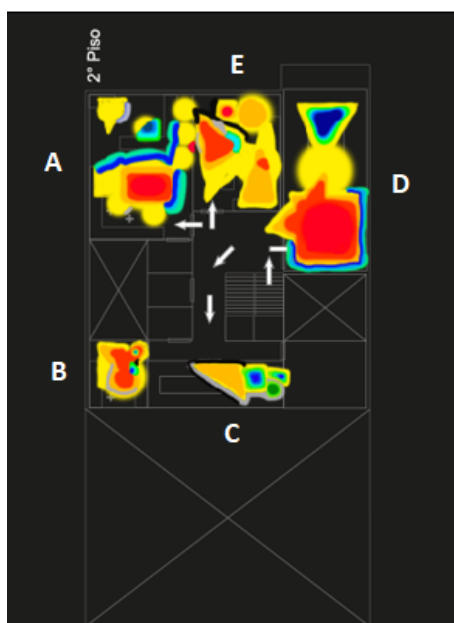


FIGURA III:
Percepción según color y forma referente al segundo piso
Elaboración propia, 2020.

Dado lo anterior, en la Zona A (Coordinación académica e investigación), existen relaciones tensionantes entre los actores, que se evidencian a través de la significación de los colores y la lucha por generar espacios de alegría y armonía (círculos amarillos) confrontados con los que buscan la seguridad (representados con cuadrados y dónde predominan los colores de conflicto y frialdad precisamente) (ver Figura III).

La Zona B (Gerencia de servicios tecnológicos), se representa como un espacio donde los actores manifiestan conflicto (rojo), en una conjunción entre la aparente armonía y el poder (círculos y triángulos superpuestos) (ver Figura III).

La Zona C (dirección), se presenta como un espacio de poder (triángulo) con pigmentos amarillo y naranja que podrían traducirse como relaciones de jerarquía basadas en las personas y no en las funciones; sin embargo, se ven tintes grises que, para la muestra, apelan a la agresividad. Luego, en la misma zona aparecen espacios donde persiste la frialdad enmarcados en la seguridad (ver Figura III).

La Zona D (sala de juntas), diferencia notoriamente las tres formas básicas (triángulo, círculo y cuadrado de arriba hacia abajo); esto indica que las relaciones que se presentan en dicho espacio, son claramente de poder, en la parte norte con tintes de frialdad; armónicas y de alegría, en la zona central; y, conflictivas, en una aparente sensación de seguridad en la zona sur (ver Figura III).

En la Zona E (comunicaciones), predominan los triángulos que, en su mayoría contienen los pigmentos que simbolizan la alegría; es decir, es como si se aceptaran los dispositivos de poder enmarcados en un ambiente cordial. Salvo el triángulo rojo (Centro de Educación para el Desarrollo), que se destaca en la parte norte (poder conflictivo); esta zona convive entre el dominio y la alegría (ver Figura III).

c. Análisis percepción según color y forma tercer piso

En el tercer piso de la sede administrativa tal como se puede apreciar en la Figura IV, se presentan dos zonas con las siguientes relaciones entre sus actores: En la Zona A (terraza), figuran un círculo y un triángulo que simbolizan poder y armonía, que se ven afectados por otro círculo más pequeño, pero con tinte rojo connotando un aparente conflicto en una zona de concordia. En la zona B (coordinaciones de programa),

se destacan figuras cuadradas con tintes armónicos en su origen, pero luego van apareciendo relaciones de frialdad, conflictivas y de agresividad en la zona centro-norte.

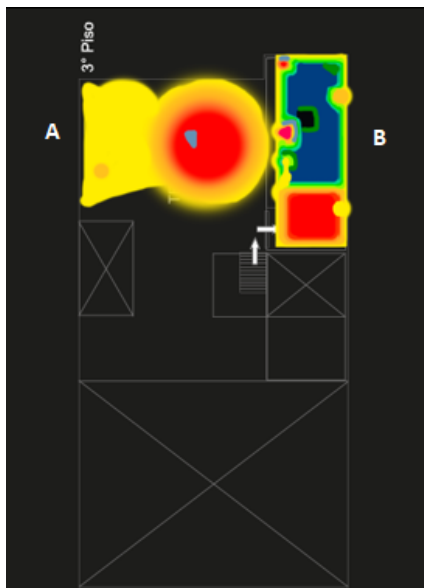


FIGURA IV:
Percepción según color y forma referente al tercer piso
Elaboración propia, 2020.

De acuerdo con los resultados obtenidos, aparecen nuevos planteamientos orientados hacia la búsqueda de mejorar las relaciones interpersonales no solamente dentro de una organización, sino también en una comunidad o un colectivo específico.

Dado lo anterior, es pertinente plantearse las siguientes preguntas: ¿Las cartografías sociales pueden representar las relaciones de poder, no necesariamente de manera fría y cerrada?; ¿Es posible que al interior de las organizaciones se abran espacios humanizantes y libres de dispositivos de poder y control, que permitan la participación espontánea para mejorar las relaciones entre sus trabajadores sin que caigan en estadísticas para alimentar un sistema de gestión de calidad?; ¿Cómo plantear metodologías alternativas en un mundo organizacional vertical cuya única acción hegemónica es el pensamiento conductista e institucionalista para lograr la rentabilidad desconociendo otras capacidades humanas que mejoran las relaciones colectivas?

CONCLUSIONES

La trama de relaciones en cuanto a roles y funciones en el Centro Regional Madrid expresa las voluntades y el sentir de los trabajadores que se identifican en unas estructuras basadas en el poder, la armonía y la seguridad, contrastadas con sentimientos de alegría, frialdad, conflicto y agresividad. El análisis realizado se basó en dichos conceptos y no en los individuos o grupos que interactúan en estos espacios.

Resulta particularmente interesante comparar los tintes y formas que se generaron tanto en la zona D del primer piso, con la zona A del tercer piso, pues en ambas sobresalen las mismas figuras (círculos y triángulos) con los mismos pigmentos (amarillo, rojo). Al entender que estas dos zonas son espacios abiertos, patio y terraza respectivamente, se puede inferir que efectivamente su uso es el de compartir, generar estados de alegría o distensión, pero también son espacios para resolver conflictos producto de choques de poderes.

Asimismo, es comprensible el triángulo que sobresale en la zona C del primer piso si se considera que en dicho espacio funciona el área administrativa y financiera, donde se tratan temas de presupuesto operativo y estratégico determinado en función del poder adquisitivo existente.

Conocer el propósito de la zona D del segundo piso (sala de juntas), permite comprender el contraste de percepciones que presenta, pues se evidencian las tres figuras geométricas definidas y secuenciadas con tres tintes igualmente definidos (azul, amarillo, rojo). Se puede observar que en la cabecera (triángulo), se suelen sentar las directivas del centro regional, en el medio los coordinadores y en el extremo sur, se ubican quienes exponen y presentan temas diversos, generando esos conflictos que simboliza el color rojo de la zona.

De acuerdo con la metodología escogida se buscó que los trabajadores no se sintieran objeto de estudio sino sujetos participantes y conocedores de sus propias vivencias como parte activa del Centro Regional Madrid, sin ser juzgados por los directivos o encargados del área de gestión humana, sino como seres constructores y transformadores, al conocer de una manera distinta o didáctica sus percepciones y relaciones frente a su entorno. Al ilustrar las relaciones que suceden en un entorno y que han sido identificadas entre los mismos miembros de la comunidad, pueden salir a la luz nuevas alternativas que generen el cambio propiciado por los colaboradores de la organización y no necesariamente por las directivas que, en ocasiones, son ajenas al sentir y pensar de los trabajadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albers, J. (1979). *La interacción del color*. Alianza Editorial, S.A.
- Barriga, O., y Hernández, G. (2005). Repensando el conocimiento y la ciencia para la investigación social del siglo XXI: Algunas reflexiones preliminares. *TS. Cuadernos de Trabajo Social*, (1), 48-54.
- Barzaga, O. S., Vélez, H. J. J., Nevárez, J. V. H., y Arroyo, M. V. (2019). Gestión de la información y toma de decisiones en organizaciones educativas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(2), 120-130.
- Boyer, A. (2007). Hacia una crítica de la razón geográfica. *Universitas Philosophica*, 49(24), 159-174.
- Carrasco, M. (2015). Introducción al signo visual propuesto por el “Grupo Mu” para abordar fenómenos visuales como las obras de arte. <https://fdocuments.es/document/guion-explicativo-introduccion-al-signo-visual-el-grupo-mu-para.html>
- Chi, M. (1992). Conceptual Change within and across ontological categories: examples from learning and discovery in science. In R. Giere y H. Feigl (Eds.), *Cognitive models of science: Minnesota studies in the philosophy of science* (pp. 129-186). University of Minnesota Press.
- Clark, L. (2006). *Manual para el mapeo de redes como una herramienta de diagnóstico*. Centro Internacional de Agricultura Tropical – CIAT.
- Coelho, F. A. (2017). Neurociencia: Un encuentro posible con la psicología humanística. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIII(1), 58-66.
- Cytowik, R. (2003). Synesthesia: Anomalous binding of qualia and categories. In G. Adelman y B. H. Smith (Eds.), *Encyclopedia of neuroscience* (3rd Edition). Elsevier Science Ltd.
- Del Olmo, J. (2005). El color como elemento comunicacional, estudio de su aceptación y rechazo entre los jóvenes. *Comunicar. Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación*, (26), 111-116.
- Gutiérrez, A. P. (2009). Lenguaje y pensamiento. Contribuciones a las Ciencias Sociales. <https://www.eumed.net/rev/ccss/04/apgg.pdf>
- Harto, F. (2018). Proceso de paz y desafíos regionales en Colombia. *Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 20(39), 341-363.
- Hayten, P. J. (1967). *El color en publicidad y artes gráficas*. Barcelona, Leda.
- Heller, E. (2008). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili.
- Hochel, M. (2006). *La sinestesia: Sentidos sin fronteras* (Tesis de pregrado). Universidad de Granada, España.
- Iribas, A. (2007). Color y experiencia, lenguaje y arte. *Arte, Individuo y Sociedad*, 19, 179-206.
- Itten, J. (1992). *Arte del color. Aproximación subjetiva y descripción objetiva del arte*. Editorial Bouret.

- Jaramillo, J. (2012). Reseña de “Una sociología sentipensante para América Latina (antología)” de Orlando Fals Borda. *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos*, (54), 315-324.
- Labaig, F. (2013). Naturaleza de la información. Información de la naturaleza. *Revista Infolio*, (1), 1-8.
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., y Hernández, N. P. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 77-90. <https://dx.doi.org/10.31876/rsc.v26i1.31312>
- Pino, F. (2011). El espectro visible de luz. @Vix. <https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2011/10/02/el-espectro-visible-de-luz>
- Pesa, M. A., Colombo, L., y Bravo, S. (1995). Formas de razonamientos asociadas a los sistemas preconceptuales sobre naturaleza y propagación de la luz. *Caderno Catarinense de Ensino de Física*, 12(1), 17-31.
- Piaget, J. (1973). *La psicología de la inteligencia*. Editorial Psique.
- Pozo, J. I., y Gómez, M. A. (1998). *Aprender y enseñar ciencias. Del conocimiento cotidiano al conocimiento científico*. Ediciones Morata, S.L.
- Ramachandran, V. S. (2011). *Lo que el cerebro nos dice: Los misterios de la mente humana al descubierto*. Ediciones Paidós.
- Roig-Vila, R., Blasco, J. E., Lledó, A., y Pellín, N. (Eds.) (2016). Investigación e innovación educativa en docencia universitaria. Retos, propuestas y acciones. Universidad de Alicante. Vicerrectorado de Calidad e Innovación Educativa, Instituto de Ciencias de la Educación (ICE).
- Soliz, F., y Maldonado, A. (2012). *Guía de metodologías comunitarias participativas. Guía No. 5*. Clínica Ambiental.
- Uranga, W. (2016). *Conocer, transformar, comunicar*. Patria Grande.
- Velázquez, A. (2013). Espacio de lucha política: Teoría política y el giro espacial. *Argumentos*, (73), 175-195.
- Villasante, T. (2009). Metodologías ¿para qué? ¿para quién? En Fundación CIDOB (Eds.), *La dinámica del contacto. Movilidad, encuentro y conflicto en las relaciones interculturales* (pp. 214-223). CIDOB Edicions.
- Zelanski, P., y Fisher, M. P. (2001). *Color*. Ediciones AKA.