

I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología
XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología
del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos
Aires, 2009.

Identidad institucional y logotipo desde la psicología institucional.

Corvalán De Mezzano, Alicia Nora.

Cita:

Corvalán De Mezzano, Alicia Nora (2009). *Identidad institucional y logotipo desde la psicología institucional. I Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVI Jornadas de Investigación Quinto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-020/17>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eYG7/nMz>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

IDENTIDAD INSTITUCIONAL Y LOGOTIPO DESDE LA PSICOLOGÍA INSTITUCIONAL

Corvalán de Mezzano, Alicia Nora
Universidad de Buenos Aires

RESUMEN

Esta presentación se enmarca en la tesis de Doctorado en elaboración, titulada Construcción de la cultura e identidad de una escuela de música popular, y en el proyecto UBACyT 2008-10. Se expone la técnica consistente en la presentación del logo institucional para obtener palabras asociadas al mismo, aplicada a una muestra al azar de una clase institucional. Sigue el análisis interpretativo de los resultados obtenidos encontrando el significado que tiene el logo como representación social para los integrantes de la institución estudiada como un caso en profundidad. Se formulan conclusiones acerca de la representación social del logo en tanto portador de la identidad, la cultura y la memoria institucional.

Palabras clave

Identidad Música Popular Logotipo

ABSTRACT

INSTITUTIONAL IDENTITY AND LOGOTYPE FROM THE INSTITUTIONAL PSYCHOLOGY POINT OF VIEW

This presentation is defined in the context of the in progress Doctorate thesis entitled Culture and identity construction of a school of popular music and the UBAC&T 2008-10 project. A technique that consists of presenting the institutional logotype in order to get words associated to it and then is applied to a random sample of an institutional class, is introduced. Next follows the interpretive analysis of the results obtained, so as to find what the meaning of the logotype as a social representation is for the members of the institution, taking the latter as a case study. Then conclusions are formulated in regard to the social representation of the logotype as the carrier of institutional identity, culture and memory.

Key words

Identity Popular Music Logotype

MARCO CONCEPTUAL

La Psicología Institucional (PI) constituye un propicio campo disciplinario desde el cual se indaga la construcción de la cultura e identidad organizacional y los procesos sociohistóricos, de carácter recursivo, que se conjugan entre las subjetividades personales y la cultura social. Es el marco de investigación de los procesos subjetivos manifestados en los escenarios organizacionales modelizados por las instituciones culturales de cada particular sociedad.

No abundan las investigaciones desde la PI sobre el proceso de institucionalización, es decir el devenir histórico de la constitución de las organizaciones y sus características; en esta investigación buscamos identificar los componentes culturales unificadores de la organización que con-figuran un núcleo representacional para sus integrantes. En esta presentación nos centramos en el significado que tiene para sus integrantes un símbolo de representación identificatoria o representación social (Jodelet, 2002) como es el **logotipo o ícono institucional** (Bruner, 1991).

Este es un producto histórico a la vez que un recordatorio permanente de memoria institucional en tanto entrelaza la memoria con la identidad.

Dentro del amplio campo multidimensional de las instituciones nos abocamos a integrar conceptos provenientes del marco teórico y la aplicación práctica de la PI y de las representaciones so-

ciales (RS). En tanto Jodelet plantea que las RS consideran las dimensiones históricas, sociales y culturales, la PI - postulada metafóricamente como la Tolva- es un modelo integrador multidimensional de abordaje institucional, por lo que se afirma que es factible el ensamble entre ambos marcos teóricos por la concordancia de perspectiva.

METODOLOGÍA

Esta investigación cualitativa responde a las siguientes características enunciadas por Taylor y Bogdan: es inductiva, responde a un diseño flexible, posee una perspectiva holística, incluye la interacción del investigador con las personas entrevistadas, comprende los datos dentro del marco de referencia de los informantes, aplica métodos humanistas, tiene validación empírica.

Se busca develar el significado que posee la cultura e identidad organizacional para los actores del sistema abordado, la intención que los anima, la meta perseguida, la función de la trama de relaciones intersubjetivas en relación al sistema y a los propios actores. Así como finalmente la interrelación existente entre la cultura y la identidad organizacional, que es co- instituida, vivida y narrada por los actores institucionales.

La metodología aplicada en el trabajo de campo incluye diversas técnicas de recolección, algunas de las cuales son:

- entrevistas en profundidad semidirigidas a informantes claves,
- entrevistas semidirigidas en profundidad a integrantes institucionales,
- escala tipo Likert para recolectar opiniones sobre la música popular (MP) y los músicos populares,
- asociación de palabras a partir de la observación del logo de la EPM,
- cuestionario a público en Jornadas de Investigación,
- observaciones: del espacio, de clases y de eventos.

Para esta presentación nos centramos en el punto d) **la técnica de recolección de palabras asociativas a partir de la percepción del logo de la institución estudiada.**

Desde el cognitivismo construccionista de Bruner se plantea que la estructura cognitiva previa del investigador (sus modelos mentales en relación al marco teórico) es un factor esencial para otorgar significación y organización a la actividad de relevamiento en el campo yendo más allá de la información dada, ya que para integrarla a su estructura debe contextualizarla y profundizar, convirtiéndola en datos.

MODOS DE REPRESENTACIÓN

Bruner ha distinguido tres modos básicos de representación mediante los cuales el hombre representa sus modelos mentales y la realidad. Estos son los modos enactivo, icónico y simbólico.

Representación inactiva: consiste en representar cosas mediante la reacción inmediata de la persona. Este tipo de representación ocurre marcadamente en los primeros años de la persona, y Bruner la ha relacionado con la fase senso-motora de Piaget en la cual se fusionan la acción con la experiencia externa.

Representación simbólica: consiste en representar una cosa mediante un símbolo arbitrario que en su forma no guarda relación con la cosa representada. Así el número tres se representaría icónicamente por tres bolitas, mientras que simbólicamente basta con un número 3.

Representación icónica: consiste en representar cosas mediante una imagen o esquema espacial independiente de la acción. Pero tal representación sigue teniendo algún parecido con la cosa representada por lo que no es arbitraria la elección de la imagen.

Esta conceptualización de Bruner justifica la elección del logo de la EPM como representación social de orden institucional, para indagar su significación.

Muestra: aleatoria de 45 alumnos. **Técnica:** presentado el logo se solicitan 10 palabras asociadas al mismo.

El logo identificador. Descripción.

El logo de la institución es uno de los modos, formas o configuraciones que tienen sus integrantes para narrar su historia, es una representación sintética de identidad, una comunicación acerca de qué es esta institución, de presentación a través de un símbolo identificador.

El logo está conformado por dos letras tipo imprenta de color azul de líneas finas y rectas: E y P. En contraposición la M en tamaño

más grande, se dibuja con dos corcheas impresas de color negro con líneas más gruesas y redondeadas. Las corcheas están sombreadas, duplicándose la forma. En esta imagen, hay condensación de dos tipos de signos: las letras y la nota musical.

En el logotipo lo popular se refiere a la escuela como institución. Los términos escuela y popular quedan aunados y distanciados a la vez o diferenciados del término música en cuanto a la formal sucesión de las letras.

Una explicación de la distribución de las letras se puede correlacionar con:

a) los relatos de los entrevistados, sobre las circunstancias que precedieron a la creación de la escuela: la donación de un edificio que realiza Eva Perón al gremio de los músicos. En base a las entrevistas realizadas a los miembros fundadores y retomando la saga fundacional descrita en una presentación anterior, se infiere que este logo expresa al mismo tiempo la instalación de la escuela y la carencia de un reconocimiento identitario ligado a lo popular.

Otros actores institucionales entrevistados y encuestados afirman que lo popular es la música: "la música popular es... lo que escucha y toca el común de la gente"... "es la música que toca el pueblo de cualquier Nación"... "es tango folclore y jazz"... "es una expresión popular, un expresión que teóricamente tiene que estar representada por una comunidad, por un pueblo... algo que la gente expresa como parte de su cultura..." "la música popular se ha hecho cada vez más compleja"... "...lo popular tiene que ser una cosa accesible a la mayoría..."

ANÁLISIS DE LAS PALABRAS MENCIONADAS QUE SURGEN DE LA OBSERVACIÓN DE LA IMAGEN DEL LOGO POR PARTE DE LOS ALUMNOS

Los alumnos que respondieron acerca de las palabras asociadas a la observación del logo fueron cuarenta y cinco en total, de los cuales diecisiete son mujeres y veintiocho son varones. Las edades casi en su totalidad van de los dieciocho a los veintinueve años (cuarenta casos), solo cinco superan los treinta años.

En relación a las cátedras, diez alumnos pertenecen a la de Canto, nueve a la de Guitarra, dos a la de Piano, dos a la de Batería, y un caso de cada una de las cátedras que se mencionan a continuación: Bajo, Carrera de Músico Interpretador-Compositor, Clarinete, Ensemble Jazz, Guitarra Jazz y Percusión.

Asimismo, quince alumnos no mencionaron la cátedra a la que pertenecen y en un caso es ilegible.

Con relación a la cantidad de palabras respondidas en asociación a la imagen del logo, más de la mitad (veintiséis casos) respondieron las diez palabras solicitadas y la otra parte de los alumnos, respondieron en orden descendente: nueve palabras (un caso), ocho palabras (tres casos), siete palabras (un caso), seis palabras (dos casos), cinco palabras (un caso), cuatro palabras (cinco casos), tres palabras (un caso), dos palabras (tres casos), una palabra (un caso) y no menciona ninguna palabra (un caso).

La palabra más mencionada en este grupo fue la de **Música (treinta y siete veces)**, **Escuela (veinticuatro veces)**, **Popular y Estudio (diez veces)**. A continuación se señalan las más mencionadas en orden descendente: Corcheas y Guitarra (ocho veces), Notas, Institución y Músicos (seis veces).

RESULTADOS

Señalamos como elemento significativo que **los alumnos asocian el logo con las palabras mencionadas con mayor frecuencia, en el siguiente orden: Música, Escuela y Popular.**

La cantidad de respuestas individuales que se obtuvieron con esta técnica tiene correspondencia, según la interpretación que asumimos, con las diferencias de estilos, instrumentos y culturas musicales que circulan al interior de la institución.

CONCLUSIONES

El logo es:- uno de los modos, formas o configuraciones que tiene la institución para narrar su historia,- una representación sintética de su identidad, - un medio que comunica qué es esta institución, - un ícono que identifica a sus integrantes .

Constituye una forma de representación social que los unifica a la vez que, recursivamente, es un producto sintetizador de la identidad institucional que han construido. Los representa a la vez que

los presenta con su identidad instituida.

La coherencia expresada en la frecuencia y orden de las respuestas asociadas al logo demuestra el valor unificador del logo funcionando como representación social cohesionante. Los valores culturales institucionales están representados en él, siendo una representación que refuerza el sentido de pertenencia identitaria. Considerando que la cultura, la memoria y la identidad son dimensiones institucionales entrelazadas, concluimos que este logo es una RS instituida que, dando cuenta de una identidad compartida, posee un alto nivel de significación para los integrantes de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

JEROME (1991). Actos de significado: más allá de la revolución cognitiva. Madrid, Alianza Editorial.

JEROME (2003). La fábrica de historias: derecho, literatura, vida. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica de Argentina, S.A. 147p.

CORVALÁN DE MEZZANO, A.,

BRUNER, JEROME (1991). Actos de significado: más allá de la revolución cognitiva. Madrid, Alianza Editorial.

BRUNER, JEROME (2003). La fábrica de historias: derecho, literatura, vida. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica de Argentina, S.A.

CORVALÁN DE MEZZANO, A.,(2007)Permanecer y Transformar. Crisis en las instituciones J V Ediciones, Bs. As.

JODELET, D. (2002) Representaciones sociales: contribución a un saber socioculturales sin fronteras en El estado actual de las representaciones sociales. Edición Maestría en Psicología Social de la Facultad de Psicología de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. México.