

Propuesta para Elite Flowers S.A.S.

Una experiencia a través de los sentidos

Presentado por: Marcela Leal y Sharon Quevedo.

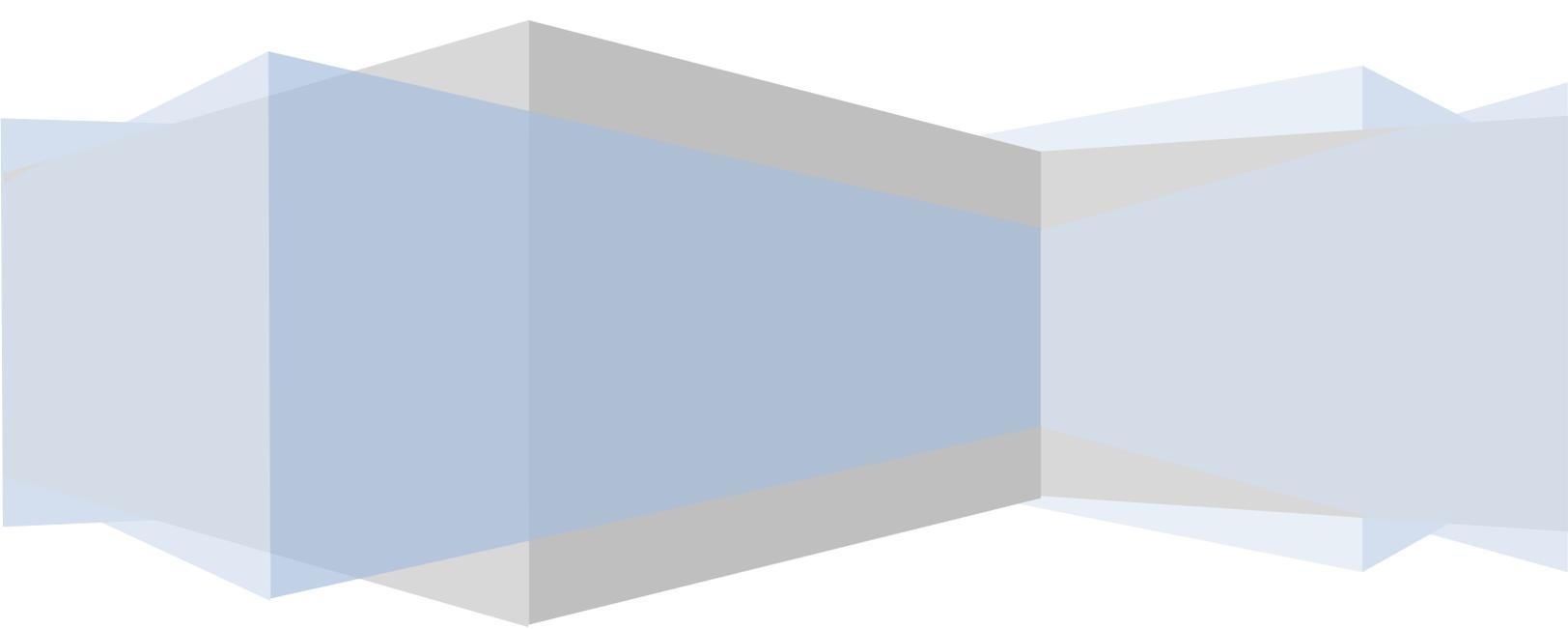


Tabla de contenido

1.	La imagen y el audio como elementos que crean percepciones	7
1.1.	El sentido de nuestros sentidos	7
1.2.	¿Qué es la imagen?.....	8
1.3.	Imagen: mediación entre cultura y percepción.....	10
1.4.	Observando a partir del simbolismo	12
1.5.	La concepción del sonido	14
1.6.	Producción del sonido	16
1.7.	La escucha, elemento primordial del sonido	20
1.8.	La música y sus componentes estético, semántico y evocativo.....	21
1.9.	Audiovisión, una forma diferente de ver las cosas	24
2.	El audiovisual como herramienta esencial de la comunicación en una organización.....	26
2.1.	Los recursos audiovisuales	26
2.2.	El programa de pausas activas visto como necesidad y obligación organizacional ...	29
2.2.1.	Responsabilidades con los trabajadores	32
2.3.	Análisis de la ley colombiana	34
2.4.	Clases y componentes de las pausas Activas.....	35
2.5.	Bienestar Organizacional	37
2.6.	Actualidad.....	39
3.	Construyendo el escenario para la comunicación de las pausas	41
3.1.	Colsubsidio.....	41
3.1.1.	Entrevista Giovanna Martínez Barbosa	44
3.2.	Halliburton.....	46
3.2.1.	Entrevista Olga Gayón	49
3.3.	Telefónica.....	51
3.3.1.	Entrevista Mónica Fajardo	53
3.4.	DSM Nutritional Products.....	55
3.4.1.	Entrevista Luz Mery Pedraza.....	57
3.5.	Redeban Multicolor.....	59
3.5.1.	Entrevista Andrés Angarita	61
4.	Desarrollando una idea para cultivar historias	64
4.1.	Elite Flowers S.A.S. C.I.....	64

4.1.1. Entrevista Andrea Sepúlveda	66
4.2. Propuestas para Elite flowers	67
4.3. <i>“Una experiencia a través de tus sentidos”</i>	67
4.3.1. Guión 1.....	70
4.3.2. Guión 2.....	75
4.4. Segunda Propuesta.....	68
5. La aplicación del concepto	79
5.1. Prueba piloto.....	79
5.2. Conclusiones.....	81
6. Referencias Bibliográficas	84

CAPÍTULO I

1. La imagen y el audio como elementos que crean percepciones

1.1. El sentido de nuestros sentidos

El ser humano está sumergido en un mundo que lo lleva a usar los sentidos como el medio para saber a qué enfrentarse en el diario vivir, determinando a qué cultura pertenece, saber el significado de lo que lo rodea y muchas otras cosas que no maneja como un conocimiento innato ya que es claro que no nació aprendido, y que necesita la ayuda de las personas para poder adquirir conocimientos y destrezas que lo llevan a caracterizarse como persona y realizar representaciones sociales de la vida.

Es claro que el ser humano está compuesto por 5 sentidos, el oído, el gusto, el tacto el olfato y la vista los cuales tiene el propósito de obtener información del mundo que lo rodea, determinar su cultura, proporcionarle significados que guardara en la memoria y muchas otras cosas que no maneja como un conocimiento innato y de las cuales necesita ser ilustrado por las personas para poder realizar representaciones sociales de la vida y del mundo.

Por este motivo es que el ser humano tiene “ *la necesidad de saber a qué atenerse*” ante el mundo que lo rodea, puesto que es necesario adaptarse, actuar en él, controlarlo física e intelectualmente y resolver los problemas que son planteados; por tal motivo, se construyen representaciones ya que ante este mundo de objetos, personas, sucesos e ideas, no se está equipado únicamente de automatismos, ni se está aislado en un medio eminentemente social, sino que se comparte con otros, se apoya en ellos para comprenderlo, afrontarlo y controlarlo”, (Las representaciones sociales en los procesos de comunicación de la ciencia, [consultado 25 de noviembre de 2012], Disponible en: <http://www.oei.es/memoriasctsi/mesa5/m05p21.pdf>)

Se hace necesario comprender que las representaciones sociales son una forma de conocimiento compartido y elaborado el cual tiene como objetivo la construcción de una realidad común en determinado grupo social, donde los sentidos son el medio para desarrollarlo como lo explica Eliezer Braun en su libro el saber de los sentidos “...*los sentidos se han desarrollado en los seres vivos como los instrumentos que les sirven para poder tener una relación o, diríamos, una interacción con el resto del universo que los rodea.*” (Braun, 2003. Pág. 9)

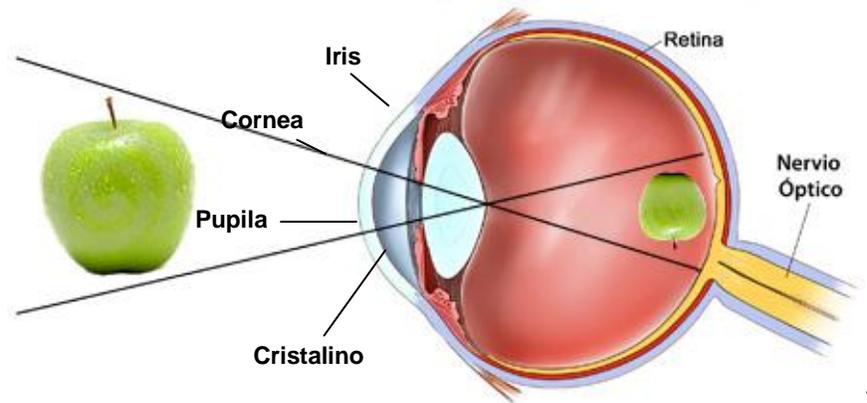
Pero el objetivo de este apartado no es explicar todos los sentidos que tiene el ser humano, por lo contrario es comprender dos de estos sentidos: la vista por donde percibimos y comprendemos las imágenes a través del ojo, y la escucha que realizamos a partir del oído el cual es el encargado de percibir e interpretar junto con el cerebro el sonido.

1.2. ¿Qué es la imagen?

La imagen encierra todo aquello que el ser humano ve, como la puesta en escena de una publicidad, figura, arte, moda, y a pesar de esto su significado parece ser un tanto ambiguo para el hombre. Algunos afirman que es lo que se ve, otros dicen que es lo que se genera, recrea o percibe a partir de una concepción particular del mundo, pero en algo que concuerdan las versiones es en que siempre se le atañe el órgano diseñado para capturar formas, movimientos, colores y texturas: el ojo.

El ojo humano es el órgano por medio del cual tenemos la capacidad de distinguir sombras, luces, objetos y texturas, además de esto le otorga al hombre la propiedad de transformar la luz a través de la estimulación de la retina para iniciar la sensación de la visión. El cerebro juega un papel fundamental ya que interpreta las señales nerviosas enviadas desde la retina, y después de esto la córnea y el cristalino formarán una imagen del mundo externo con la luz que llega al ojo, en la capa de células fotorreceptoras. (Braun, 1997. Pág. 6).

http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen2/ciencia3/073/htm/sec_6.htm



La imagen que se forma sobre la retina está invertida y es de menor tamaño que el objeto.

Con el fin de resaltar la estructura que tiene un ojo y su funcionamiento milimétricamente calculado desde el inicio de los tiempos, se contempla la idea de que este órgano nunca ha evolucionado, por tanto se entiende que desde los seres más primitivos han podido visualizar el mundo de la misma manera en que se hace hoy en día. *“El ojo es tan intrincado que desde hace mucho tiempo ha sido utilizado como argumento por los creacionistas y defensores del diseño inteligente, que lo consideran un ejemplo fundamental de lo que denominan complejidad irreductible: un sistema que no puede funcionar en ausencia de alguno de sus componentes y que, por tanto, no pudo haber evolucionado a partir de una forma más primitiva.”* (Lamb, Investigación y ciencia No. 420)

Al hacer referencia de la visualización similar de objetos y del mundo mismo por parte de seres humanos ubicados en un contexto histórico diferente, es necesario aclarar que las interpretaciones dadas por cada generación son diferentes, ya que gracias a las señales nerviosas que interpreta el cerebro se enmarca la posibilidad de crear asociaciones de acuerdo a sus hábitos, rutinas y vivencias, por tanto la experiencia de una persona de los años 50 no será la misma a la de alguien del siglo XXI aunque estén visualizando la misma imagen. De esta forma, al ahondar en los recuerdos del ser humano, se puede ver una gran cantidad de asociaciones con su pasado que

¹ Recuperado de <http://www.fotonostra.com/digital/fotos/ojohumano2.jpg>

generan una representación, esta es la capacidad que tiene el hombre de entender cuanto observa, interpretarlo y otorgarle significados que le permiten entender su relación con el espacio y la imagen.

Partiendo de la idea que los seres humanos reconocen figuras y a partir de esto crean asociaciones, Jhon Berger afirma en su texto *“Modos de ver”*, que la imagen está presente en nuestro mundo desde que nacemos, es todo aquello que nos rodea y por lo cual reconocemos el espacio en el que habitamos, nos afecta y nos constituye a partir de su existencia. *“La vista es la que establece nuestro lugar en el mundo circundante; explicamos el mundo con palabras, pero las palabras nunca pueden anular el hecho de que estamos rodeados por él.”*(Berger, 2000. Pág. 5) Esta frase del texto de John Berger nos hace comprender que el mundo es todo aquello que vemos y que ayudamos a construir diariamente, es innegable la grandeza con la que nos encontramos todos los días al caminar y ver lo que nos rodea, y asimismo es innegable el hecho de generar asociaciones con las cosas que más nos agradan de lo que observamos, por esto es necesario comprender el contexto del sujeto antes de tratar de intervenirlo con cualquier clase de medio.

Entonces, al entender el concepto de la imagen como la representación visual que se logra a través del sentido de la visión podemos afirmar que es también una relación entre el espacio y el tiempo, sobre lo aprendido y lo vivido y sobre las creaciones a las que estamos expuestos todos los días a causa de los medios de comunicación y la publicidad.

1.3. Imagen: mediación entre cultura y percepción

Abordando la noción de la imagen desde un punto de vista socio cultural, se puede determinar que el hombre es capaz de generar significados a partir de lo que observa regido por parámetros impuestos por su cultura y contexto, donde genera asociaciones y da interpretaciones al mundo dependiendo de muchos factores: culturales, sociales, económicos, políticos, religiosos y familiares.

La cultura y la influencia que tiene el hombre sobre la percepción de una imagen están mediadas por su entorno, por circunstancias que son ajenas a su voluntad y que definitivamente le afectan de manera positiva o negativa. Un ejemplo de esto es la posición socio económica, los alcances y aproximaciones que puede generar en una imagen a partir de ella. *"La aprehensión de la imagen por el espectador es el descubrimiento que éste hace en estructuras profundas, que son las estructuras mentales mismas"* (Jiménez, 1995. Pág. 48).

Al hablar de las representaciones que hace el hombre partiendo de lo que siente, ve, escucha y en definitiva es, se debe resaltar la importancia de tratar el tema de la apariencia visual de los objetos, ya que por medio de ésta se pueden reconocer y clasificar hasta cierto punto gracias al órgano que permite visualizar. Los seres humanos son capaces de reconocer sus propios espacios, y a partir de los mismos crear e imaginar representaciones del mundo. Es importante resaltar el hecho de que las imágenes han sido producidas por años para prolongar la existencia de una representación humana. Entonces, el hombre tiende a perpetuar la historia de su existencia de una manera gráfica ya que así es más fácil de comprender, por esto ha trabajado en ello tanto de manera individual como colectiva.

Aunque las representaciones tienden a una explicación física de la visión producidas gracias a la traducción de las vibraciones electromagnéticas de la luz en un determinado tipo de impulsos nerviosos que se transmiten al cerebro, el ojo humano será visto como mediador entre el entorno y el ser humano, que asimila todos los estímulos a través del cerebro y reproduce formas e imágenes, y da interpretaciones a partir de sus conocimientos, percepciones o personalidades, dependiendo del momento de la vida o situación en la que observen, y definitivamente influye en la manera y el propósito observar algo.

Los procesos por los cuales se guía el ojo humano se hacen a partir de 3 tipos de operaciones:

1. Ópticas: la captura de rayos de superficie que permiten formar la imagen,
2. Químicas: la conversión de sustancias para su síntesis ante la sensibilidad de la luz.
3. Nerviosas: la transformación de la imagen en impulsos nerviosos para lograr su interpretación. (Kane y Sternheim, 2007. Pág. 566).

Así el ser humano es capaz de observar lo que está a su alrededor para crear a partir de ello; aquí se muestra una realidad latente de los hombres ya que el sentido de la visión está dado como algo preestablecido en nuestra anatomía y se ve como un valor agregado más no se reflexiona sobre el tipo de relaciones y representaciones que se generan a partir de los objetos expuestos a diario en nuestra sociedad consumista.

1.4. Observando a partir del simbolismo

A través de la historia la imagen ha sido utilizada con fines de propaganda, información, religión e ideología en general, pero en este momento se hablará de su simbolismo, que se puede percibir desde las imágenes religiosas y todas las representaciones que les dan los creyentes hasta el punto de llevarlas hacia lo sagrado, otorgándoles valores agregados, que según una comunidad puede contener manifestaciones divinas. El valor simbólico se da gracias al significado que le otorgan los seres humanos, se podría decir que el simbolismo de una imagen es relativo en cuanto depende del juicio de cada persona y en lo que a su contexto y momento de la vida respecta, como Jackes Aumont definiría como la manera particular de considerar una cuestión.

En relación a esto, se presentará la relación de la imagen con la realidad mediante dos aspectos:

- a. La imagen como valor representativo: se hace referencia a la exposición de cosas y objetos concretos con un bajo nivel de abstracción de la imagen misma. Por ejemplo, en el momento en que se ve una imagen de una señal como la de

la cruz roja, la mente no necesita dirigirse hacia la abstracción de dicha cruz, simplemente se tiene un concepto concreto gracias a la recordación, además el ser humano cuenta con valores añadidos frutos de la memoria que lo llevan a encontrar en su subconsciente la palabra adecuada para una imagen en este caso, pero también se puede presentar con los otros sentidos.

- b. Valor simbólico: tiene un significado mucho más profundo y abstracto desde una percepción más personal que remite a una imagen de recordación. Por ejemplo, al tomar el símbolo de la paz en los 60's era una clara representación del movimiento contracultural hippie, este grupo tenía ciertas características y se identificaban entre integrantes por su ideología de oposición a la violencia, preocupación por el medio ambiente y rechazo al materialismo; por otro lado se impuso como moda gracias a la utilización de colores vivos, la imposición de un nuevo look y la llegada de una época de jóvenes libres tomada como muestra del poder de la imagen “... *la imagen tiene como función primera el asegurar, reforzar, reafirmar y precisar nuestra relación con el mundo visual: desempeña un papel de descubrimiento de lo visual.*” (Aumont, 1992).

Como se puede ver, las imágenes están cargadas de significados que le otorgan los seres humanos a partir de asociaciones que generan percepciones dependiendo de sus gustos, estilos de vida, experiencias y sobre todo cultura, “... *la imagen misma, en efecto, se despliega siempre en el espacio, pero sólo ciertas imágenes tienen también una dimensión temporal.*” (Aumont, 1992. Pág. 32), es este el caso del ejemplo expuesto anteriormente, en el que un movimiento contracultural toma diferentes íconos y los integra en su definición. Hoy en día el símbolo de la paz y los colores fuertes representan un estado en el tiempo, una época a la que se le dominó también con el nombre de este movimiento. Así que las características que le otorgan los sujetos a las imágenes no son más que el desarrollo de sus estructuras mentales, las cuales son basadas en su percepción del mundo, teniendo en cuenta una vez más su contexto. “... *la percepción del mundo es un proceso de organización, de puesta en orden, de datos*

sensoriales,...” (Jiménez, 1995). Los seres humanos son capaces de crear asociaciones y generar interpretaciones dependiendo de los objetos que se les presentan, de su contexto y experiencia.

Las imágenes hacen parte de la cotidianidad, pero en donde más expuesto está el ser humano a su influencia es en la calle donde es bombardeado constantemente con miles de avisos, marcas, productos, inclusive figuras que no tienen mayor relevancia en el comercio pero que quedan grabadas en la memoria. En conclusión todo son imágenes y a partir de ellas se pueden hacer representaciones mentales para analizar el contexto. *“Lo importante es retener que los elementos de la percepción (luminosidad, bordes, colores) nunca se producen aisladamente, de manera analítica, sino siempre simultáneamente, y que la percepción de unos afecta la percepción de los demás”*. Con esto lo que Aumont permite reiterar es la noción de influencia sobre imágenes e incluso sobre los sujetos, en donde todo se encuentra en relación con lo demás por el simple hecho de ocupar un mismo espacio y por interferir en su desarrollo.

1.5. La concepción del sonido

El sonido se entiende como una representación capaz de comunicar todo tipo de percepciones y originar en la mente de la persona sentimientos y emociones. Sus características principales son: intensidad, altura, duración y timbre, estas ayudan a diferenciar un sonido de otro.

Para entender con mayor claridad la forma en que los sonidos se diferencian, es necesario comprender y entender las 4 características nombradas con anterioridad:

1. **Intensidad:** es la cualidad que ayuda a diferenciar los sonidos fuertes y débiles.
2. **Altura:** ayuda a identificar el tono o frecuencia de un sonido, si es agudo o grave.
3. **Duración:** es la cualidad para distinguir sonidos cortos.

4. **Timbre:** es la cualidad que indica que o quien está produciendo el sonido, el timbre de una persona es como sus huellas dactilares, único.

Estas cualidades son la forma de entender y comprender por qué el sonido es la clave fundamental para que las personas logren captar la idea de un mensaje sonoro.

Dejando a un lado la visión estructural y técnica del sonido, podemos pasar a la comunicación y lenguaje que hacen de este lo que es, una forma de transmitir mensajes, ideas y pensamientos. *“... la producción de sonidos es una constante en la naturaleza. En el reino animal, la articulación de sonidos no incidentales corresponden a códigos de lenguaje, pero somos conscientes de que la capacidad de hablar corresponde únicamente al hombre. La voz traduce en ondas sonoras los pensamientos e ideas que previamente se han creado en nuestra mente.”* (Ariza Javier, Pág. 17). A través de un canal denominado oído nuestro organismo es capaz de recibir señales acústicas, que nos proponen, nos indican, nos reclaman, en si nos comunican.

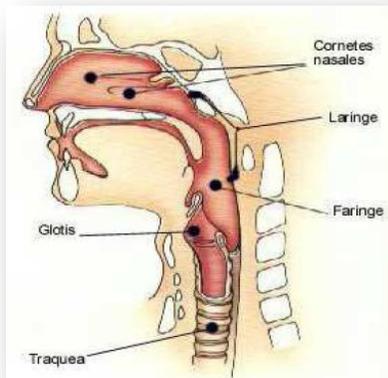
Todos estos pensamientos articulados, los sonidos escuchados, se quedan en la mente en forma de ideas y sentimientos. Los sonidos que solo se escuchan pero no se ve de donde son emitidos son guardados en la memoria, la cual actualiza el contenido de lo que se oye y trata de asociarlo a una imagen que le causa familiaridad, pero a la vez la memoria puede convertir el recuerdo de algún sonido y transformarlo en algo muy distinto de lo que fue, por que en si el sonido como tal ya no existe y nuestro pensamiento es susceptible de mostrar una nueva interpretación de éste.

Para evitar el hecho de que la memoria transforme el significado de los sonidos escuchados, el hombre tiende a hacer una relación con una imagen que le remita al recuerdo de lo que se ha oído, por ejemplo el sonido de un ladrido remite sin duda a la imagen de un perro, sin tener la necesidad de haberlo visto y de esta forma tener una comunicación y un mensaje claro. Así el sonido se entiende como una muestra por naturaleza autorreferencial, donde la posibilidad de crear imágenes a través del oído es esencial para entender la idea que se quiere transmitir.

Si las personas no encuentran un referente en la memoria de lo que se está escuchando, lo primero que tiende a hacer es imaginar y asociar lo que escuchan con lo que desean o con lo que su imaginación los referencie. *“Tan ligado esta al hombre la necesidad de entender la cosa que produce el efecto sonoro que cuando esta relación se desconoce entonces surge la magia, la superstición y la religión.”* (Ariza, Pág. 17).

1.6. Producción del sonido

El sonido se produce por la formación de órganos que en conjunto ayudan a la emisión de ondas sonoras que a través del oído aportan al acto de oír. En primera instancia están las cavidades infraglóticas las cuales están *“Formadas por los órganos que intervienen en la respiración, pulmones, bronquios, tráquea. Los pulmones proveen la cantidad de aire suficiente para que el acto de la fonación se realice”,* (Producción y percepción del sonido humano, [consultado 19 de noviembre de 2011], Disponible en: <http://silviagumiel.pbworks.com/f/Tema+8.pdf>) y por otro lado encontramos la cavidad laríngea. *“La laringe está situada inmediatamente por encima de la tráquea. Está compuesta por cuatro cartílagos: el cricoides, que tiene forma de anillo, constituye la base; el tiroides va unido al cricoides y está abierto por su parte alta y posterior; los dos aritenoides, situados sobre el cricoides; se mueven sobre él por un sistema de músculos. Dentro de la laringe encontramos las cuerdas vocales, que son como dos tendones. Están situadas horizontalmente; por su parte anterior se encuentran unidas al interior del tiroides y por la parte posterior a los aritenoides. El espacio que queda entre las cuerdas vocales cuando están abiertas es la gloti.”* (Producción y percepción del sonido humano [consultado 19 de noviembre de 2011]).



2

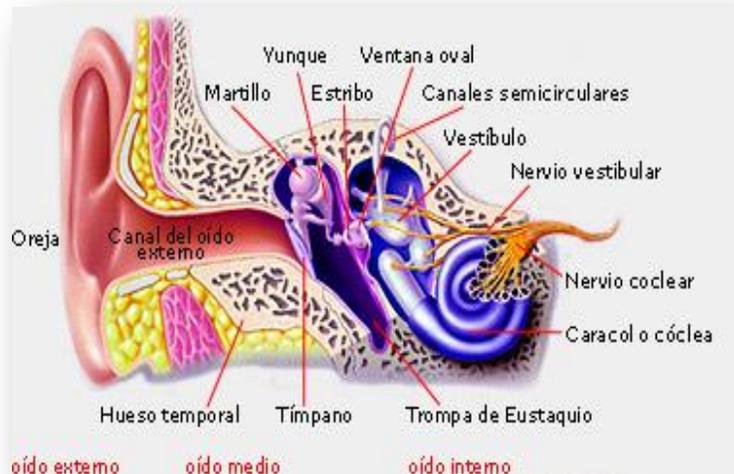
Elementos involucrados en la producción sonora: aparato fonador.

Teniendo claro cómo se emite un sonido, es necesario entender cómo se recibe éste, hasta el punto en que se transforma en impulso nervioso. A partir del momento en que el oído inicia el proceso de audición con la captación de las ondas sonoras, éstas se convierten en impulsos nerviosos que dan paso al proceso de percepción e interpretación de los sonidos, los cuales pasan del oído al cerebro. En primer lugar el oído humano, donde se produce la audición se divide en tres partes:

1. **Oído externo:** el cual recoge ondas sonoras y aumenta ligeramente su intensidad. (Plana Fernández Ana María, 2005, Pág. 116).
2. **Oído medio:** encargado de corregir la intensidad, la cual se pierde en el paso de ondas aéreas a ondas líquidas.
3. **Oído interno:** transforma ondas sonoras en impulsos nerviosos y los manda al cerebro. (Plana Fernández Ana María, 2005, Pág. 116).

En la siguiente imagen se puede visualizar las partes que componen el oído humano.

² Recuperado de: <http://cuerpohumanocuerpo.blogspot.com/2009/04/dibujos-del-aparato-fonador.html>



3

Esta imagen nos detalla los órganos que intervienen en la recepción del sonido: oído externo, medio e interno.

El oído es el medio por el cual las personas captan el sonido y hacen la interpretación de los mensajes en conjunto con el cerebro, ya que *“éste escucha por tramos breves, lo que por él se percibe y memoriza consiste ya en breves síntesis de 2 o 3 segundos de la evolución del sonido... solo que, en el interior de esos 2 o 3 segundos percibidos como una forma de conjunto, el oído (en realidad, el sistema oído cerebro) ha realizado cuidadosa y seriamente su trabajo de encuesta, de manera que su informe global del suceso, formulado periódicamente está repleto de detalles precisos y característicos tomados in situ.”*⁴ (Chion, pag. 22).

Realizado este proceso se da el mecanismo de percepción. *“La percepción es el mecanismo por el cual el cerebro interpreta el mensaje que le llega partir de los impulsos nerviosos que le envía el nervio auditivo”* (Fernández, 2005, Pág. 118), pero para analizar la percepción no se puede hacer desde la fisiología del oído, si no a través de test o pruebas de percepción que ayudan a determinar cuál es el grado de percepción del ser humano, *“... se ha establecido que el ser humano es capaz de percibir una banda de frecuencias muy amplia que va desde los 16 Hz hasta los 20.000*

³ Recuperado de <http://paginaspersonales.deusto.es/airibar/Fonetica/Apuntes/04.html>

Hz.” (Fernández, 2005, Pág. 119). Por debajo de los 16 Hz se encuentran los infrasonidos, es decir sonidos cuya frecuencia de vibración está por debajo de los 16 ciclos por segundo, lo cual es escaso para ser percibido por el oído humano. Al pasar encima de los 20.000 Hz, se ubican los ultrasonidos que al igual que los anteriores no son percibidos por el oído humano.

La percepción por otro lado se basa en dos tipos de teorías, que intentan explicar el proceso de atracción de la información y así tratar de interpretar el mensaje que se desea transmitir. Están las teorías activas las cuales *“...defienden que cuando un oyente percibe efectúa una comparación con los modelos articulatorios que utiliza como hablante”* (Fernández, 2005, Pág. 226), en este grupo se encuentran dos teorías fundamentales:

1. Teorías activas:

- a. Motriz: *“...indican que dado que el oyente es también hablante es fácil pensar que existe un solo proceso y no dos”* (Plana Fernández Ana María 2005, Pág. 226), lo cual quiere decir que la identificación del sonido está dada por el conocimiento previo que se tiene de su articulación, así que no se reconocería un sonido si no se tuviera la idea de cómo se pronuncia.
- b. Teoría análisis por síntesis: *“asume la invariación acústica y expone que el oyente realiza diversos pasos en el proceso de percepción: analiza la señal acústica para atraer los índices invariantes y los compara con las instrucciones articulatorias que se necesitan para sintetizarlos.”* (Plana Fernández Ana María 2005, Pág. 226), si el resultado de esta comparación es satisfactorio el oyente produce un reconocimiento frente a lo que se está escuchando.

2. Teorías pasivas: *“...sostienen que las ondas sonoras poseen índices, invariantes que permiten la interpretación del mensaje”* (Plana Fernández Ana María 2005,

Pág. 226), es decir que en el momento de oír una señal estamos sujetos a una serie de filtraciones que se asocian con los recuerdos almacenados en la mente. Si el resultado de esta comparación es satisfactorio se puede decir que el reconocimiento es positivo. En conclusión la diferencia principal de las teorías nombradas está en la forma como se implemente el proceso, si al mecanismo se le efectúa un medio o modo de articulación se da una teoría activa, mientras que si no se hace será una teoría pasiva.

1.7. La escucha, elemento primordial del sonido

Se entiende por escucha la atención que se asume frente a lo que oímos. “La palabra proviene del latín *ascultāre* y hace referencia a aplicar el oído para oír algo, atender a un aviso, consejo o sugerencia y hablar o recitar con pausas afectadas.” (Definición De, [consultado el 19 de noviembre de 2011]), de esta forma escuchar, está relacionado con la audición y los procesos que tiene el ser humano para poder oír: acto psicológico derivado de escuchar un sonido.

El sonido y la escucha van de la mano, y dependen para su desarrollo. Analizado el sonido es necesario saber que la escucha tiene tres objetos diferentes a los cuales apunta:

1. Escucha causal: *“...consiste en servirse del sonido para informarse, en lo posible sobre su causa. Puede que esta causa sea visible y que el sonido pueda aportar sobre ella una información suplementaria.”* (Chion, Pág. 33) Un ejemplo de este tipo de escucha es el sonido emitido por un recipiente cerrado, el cual indicará si está vacío o lleno.

La escucha causal puede realizarse en diferentes niveles, algunas veces reconocemos la causa precisa e individual como la voz de una persona

determinada. En un segundo caso no reconocemos, un individuo o algún emisor en particular, sino una categoría con causa humana, mecánica o animal.

2. Escucha semántica: también se le denomina actitud de la escucha, *“Llamamos escucha semántica a la que se refiere a un código o a un lenguaje para interpretar un mensaje: el lenguaje hablado, por supuesto, y también códigos tales como el Morse. Esta escucha, de funcionamiento extremadamente complejo, es la que constituye el objeto de la investigación lingüística y ha sido mejor estudiada.”* (Chion Michael, Pág. 35) de esta forma entendemos que un fonema no se escucha por su valor acústico absoluto, si no a través de un sistema lleno de selección y diferencias.
3. Escucha reducida: *“Pierre Schaeffer ha bautizado como escucha reducida a la escucha que afecta las cualidades y las formas propias del sonido, independientemente de su causa y de su sentido, y que toma el sonido -verbal, instrumental, anecdótico o cualquier otro como objeto de observación, en lugar de atravesarlo buscando otra cosa a través de él (el calificativo «reducida» se ha tomado de la noción fenomenológica de reducción en Husserl)”*, (Chion Michael, Pág. 36) De una forma más clara y precisa, la escucha reducida consiste en escuchar el sonido pero no otorgarle ningún significado es decir, se escucha algo pero no se analiza ni interpreta. Así, a partir de la composición y desarrollo del sonido y de la escucha es que se puede tener como resultado la música.

1.8. La música y sus componentes estético, semántico y evocativo

La música se puede tomar como una categoría del sonido y una fuente para generar relajación, emociones y sentimientos diversos dependiendo de su composición. *“La música es una forma de hacer arte con el sonido. El arte tiene en general tres componentes: estético, semántico y evocativo. El campo semántico en el arte puede contener ambigüedades. En el caso de la música el campo semántico es ambiguo y*

predomina generalmente el aspecto evocativo”, (El sonido, la música y el ruido [consultado el 19 de noviembre de 2011], disponible en <http://www.fceia.unr.edu.ar/acustica/biblio/sonmurui.pdf>).

Para poder utilizar la música junto con la imagen como canal de comunicación es necesario aprovechar la influencia que esta tiene sobre las personas, ya que tiene una relación con el lenguaje, siendo en algunas circunstancias el medio más conveniente, para describir y transmitir emociones.

Al hablar de música debemos hablar de dos características esenciales:

1. Timbre: permite diferenciar dos sonidos de igual tipo e intensidad pero de diferente procedencia, se ve reflejado en la condición de identificar los instrumentos o voces a pesar de que estén produciendo resonancias de la misma altura, de esta forma se da la producción de varias formas musicales que determinaran el sentido y la forma de lo que se esta escuchando junto con lo que se quiere transmitir.
2. Melodía: está articulada en frases que otorgan un orden general a la música que se quiere lograr. Esta sucesión de sonidos se desenvuelven en una secuencia lineal que generan una identidad en el entorno sonoro “...*En nuestro idioma, la palabra melodía se utiliza para designar a un conjunto de sonidos que están unidos o agrupados de una manera especial en torno de un objetivo: construir un sonido más complejo y duradero que sea agradable al oído humano y que genere en él algún tipo de reacción.*” (Definición melodía [consultado el 3 de noviembre de 2012], disponible en <http://www.definicionabc.com/audio/melodia.php>).

Estas características son la forma técnica a la hora de desarrollar un producto y los componentes de la música son el medio de transmitir un mensaje o una emoción para determinado grupo de personas. Estos componentes se dividen en tres clases:

1. **Componente Evocativo:** entendemos en este aspecto la asociación que tiene el pensamiento de la persona a un hecho o evento pasado, como nos explica con claridad Alejandro Lopez Roman en su libro *El lenguaje musivisual: semiótica y estética de la música cinematográfica*, donde “*el poder evocativo de la música es empleado frecuentemente en la narración audiovisual para representar el recuerdo de una imagen o situación pasada*”. A partir de este componente es que podemos determinar que la repetición de un sonido musical en un momento distinto en el que originalmente había hecho su aparición, permitirá asociar el sonido con los recuerdos de lo que ya se ha vivido sin necesidad de repetir la historia.
2. **Componente estético:** hablar de componente estético es remitirnos al valor que se le da a la música de manera subjetiva, donde el pensamiento idealista de la persona lo lleva a desarrollar un sentimiento autónomo de interpretación. De esta forma la estética y la sublimidad de la música se debe a su carácter expresivo, armónico y emotivo, pero ante todo a su nivel cultural que la hacen rica en estilos y tendencias característicos de la época en la cual se desarrolla.
3. **Componente semántico:** la semántica es la encargada de determinar el significado y los cambios del significado de las palabras, “la música es el campo semántico que define el vocabulario del sonido” (español internacional [consultado el 25 de noviembre de 2012], disponible en <http://espanolinternacional.blogspot.com/2008/03/la-musica.html>). Así entendemos que el campo semántico de la música esta presente en la composición, en los movimientos musicales, en el ritmo y en todos los elementos que queramos usar como diferenciadores al momento de implementar o crear cierto tipo de música.

1.9. Audiovisión, una forma diferente de ver las cosas

Como se mencionó anteriormente, los seres humanos son seres de percepciones gracias a nuestros sentidos. Cuando alguien está **escuchando**, significa que está haciendo un análisis e interpretación de los sonidos, mientras que si la acción que se desempeña es la de **oír**, no se presta atención al significado de estos. Asimismo, las imágenes también son susceptibles a tener diferentes grados de interpretación dependiendo de la profundidad de atención que se le preste.

Ahora bien, teniendo claros los conceptos de imagen y sonido y como son estos vistos e interpretados por los seres humanos, se llega al término que Michel Chion utilizó para la producción de sonidos que encajan con las imágenes presentadas en los videos: “**Audiovisión**”. Mediante esta palabra Chion explica que una imagen debe tener correspondencia con el sonido que se presenta ya que *“no se ve lo mismo cuando se oye; no se oye lo mismo cuando se ve”*. Lo cual significa que debido a la combinación entre audio e imagen la percepción del hombre es susceptible de ser cambiada en cuanto se influyen mutuamente.

Mediante la unión de la imagen con el sonido, se busca obtener un mayor impacto en la recepción del mensaje, para explicar este fenómeno Chion utiliza el término valor añadido, el cual hace relación a la contribución del sonido para enriquecer una imagen; su significado se obtiene de forma natural ya que se le presenta al ser humano como un recuerdo, *“...el valor expresivo e informativo con el que un sonido enriquece una imagen dada, hasta hacer creer, en la impresión inmediata que de ella se tiene o el recuerdo que de ella se conserva, que esta información o esta expresión se desprende de modo «natural» de lo que se ve, y está ya contenida en la sola imagen.”* (Chion, pág. 16).

A partir del concepto valor añadido se generan dos tipos más:

1. Valor añadido por el texto: La voz se destaca entre todos los demás sonidos ya que el hombre se encuentra inmerso en una cultura vococentrista.
2. Valor añadido por la música: Tiene dos efectos, el primero de ellos es el empático, por medio del cual la música tiene relación con la imagen que se está proyectando y logra producir sentimientos en el espectador. En segundo lugar está el ruido anempático, el cual no coincide con la imagen proyectada. Por ejemplo cuando se muestra una escena romántica y de fondo una explosión.

Comprendiendo este concepto, se determina que el sonido es de vital importancia a la hora de transmitir un mensaje, ya que dependiendo de la intensidad y las cualidades con las que se implemente durante un audiovisual se tendrán diferentes reacciones.

Ahora bien, es necesario comprender que gracias a las cualidades que el sonido le otorga a una imagen es capaz de generarle movilidad y dinamismo aunque parezca estática, lo cual sería imposible si se presentara por sí sola. Además de esto, el sonido se puede presentar de manera diferente al mezclarse y producir música, lo cual significa que se le otorga sentido al texto, una expresión artística que combina silencios, ritmo, métrica y armonía.

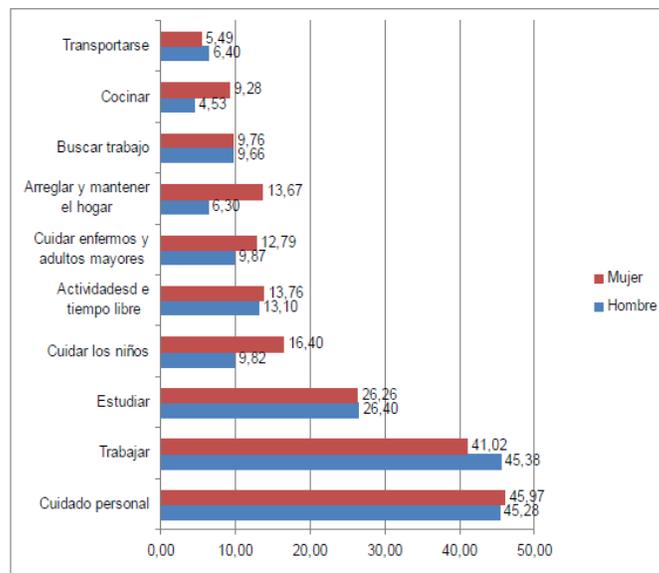
Gracias a la intensidad que tiene un producto de desencadenar una acción sobre un público determinado se debe planear la forma en que tanto la imagen como el sonido concuerden para satisfacer el propósito que originó el producto, dando origen al desarrollo del concepto de audiovisión, que es la percepción del sonido apoyado en una imagen que refuerza la idea de lo que se quiere transmitir.

CAPÍTULO II

2. El audiovisual como herramienta esencial de la comunicación en una organización

2.1. Los recursos audiovisuales

Teniendo en cuenta que el punto de estudio de este texto es el ámbito laboral donde los seres humanos pasan alrededor del 40% del tiempo semanal según la publicación de los resultados de la encuesta de Consumo Cultural del 2007 realizada por el DANE, estudiaremos más a fondo la visión de diferentes personas en algunos tipos de organizaciones para entender sus conductas y los referentes que tienen a la hora de capturar una imagen planteada por el área de comunicaciones para obtener una respuesta determinada por parte de ellos.



Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2007

5

Promedio de horas invertidas de lunes a viernes por las personas de 12 años y más por sexo según actividad.

⁵ Recuperado de <http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/InfoResultECC.pdf>

El departamento de comunicaciones es fundamental dentro de una organización ya que es el encargado de generar una cultura organizacional *comunicante y comunicada*, en donde todos los procesos sean efectivos y así mismo sean transmitidos tanto al público externo como interno de manera tal que se cree una cultura en torno a los comportamientos apropiados y los lineamientos que se deben seguir según el tipo de organización. *“...gestionar y proyectar de manera integral los sistemas de comunicación e información de una empresa u organización; liderar cambios, establecer programas de cultura e identidad corporativa, diagnosticar y planear estratégicamente la comunicación según los diferentes públicos y entornos, todo ello con base en la investigación aplicada.”* (Valle, Razón y Palabra. Edición 32).

Actualmente, las organizaciones están enmarcadas en un contexto de la era digital, donde la mayor parte de las tareas diarias se pueden realizar a través de un computador teniendo como apoyo las diferentes redes a las que se tienen acceso, por ejemplo, se ha estado implementando el teletrabajo para personas que no requieren de instalaciones en organizaciones que son más flexibles y no necesitan ver al empleado para sentir que está cumpliendo con su trabajo.

Partiendo de la idea de la digitalización de muchos de los procesos, la comunicación organizacional debe basarse en complementar estas nuevas metodologías de transmisión de información para abrirse campo y no dejar que se perciba el trabajo del comunicador como el emisor de un folleto o un correo corporativo, la comunicación organizacional necesita ser vista como una herramienta de relaciones empresariales que permite construir sentido y generar una cultura corporativa donde se reflejen los valores, objetivos e intereses de la empresa de acuerdo con sus recursos y públicos. *“Se debe pensar en la Comunicación Organizacional como una estrategia integral que posibilita proyectar identificadores para propiciar una imagen coherente de la organización, relacionar sus necesidades e intereses con los de su personal , con los consumidores ,con el contexto en el que actúa y con las necesidades sociales.”* (Valle, Razón y Palabra. Edición 32).

La orientación de la información teniendo en cuenta los diferentes públicos que se pueden tener en una organización son fundamentales para garantizar el éxito en cuanto a la comprensión de los mensajes, por este motivo el comunicador debe realizar un diagnóstico y determinar qué tipo de comunicación es más adecuada para los diferentes cargos.

El departamento de comunicaciones internas debe contar con el apoyo de las diferentes áreas interesadas en comunicar y promover información, así que el departamento de recursos humanos debe contemplar un modelo en el que se interrelacionen y se promueva la comunicación y el ambiente laboral.

Ahora bien, durante este capítulo se tratará el concepto de pausas activas teniendo en cuenta un componente legal como el Sistema de Seguridad Social Integral que cobija a todo trabajador con un contrato a término fijo o indefinido en cuanto al pago de los servicios de salud, enfermedades profesionales y no profesionales y el ahorro obligatorio para la vejez o invalidez.

Dentro de los servicios de salud y las enfermedades profesionales, la ley colombiana aclara que se debe contemplar el desarrollo de actividades de Promoción y Prevención de Enfermedades por medio de las empresas ARP (Administradoras de Riesgos Profesionales) que son contratadas por las organizaciones. Además de esto se hablará de algunos de los artículos más importantes que protegen el bienestar de los trabajadores en pro de justificar el por qué se deben realizar pausas activas diariamente.

Teniendo en cuenta los artículos contemplados en la ley 100 de 1993, donde se considera que las organizaciones deben tener presente el desarrollo de actividades como las pausas activas ya que éstas ayudan a disminuir enfermedades osteomusculares, estrés, la oxigenación del cerebro, cansancio y por lo tanto el ausentismo y las enfermedades laborales de los empleados durante sus jornadas de

trabajo, es que entramos a detallar el concepto y los componentes de las pausas activas.

Primero se entiende que las pausas activas buscan generar bienestar para los empleados disminuyendo sus niveles de estrés y aliviando tensiones corpóreas producidas por malas posturas y rutina laboral. En segunda instancia se explican los tipos de ejercicios presentes (preparatorios y compensatorios) acordes a tres tipos de usuarios, medidos por el nivel e intensidad del trabajo que realizan (Intensivo, Frecuente y ocasional).

Una vez expuesto el marco legal, conceptual y organizacional, se hace un reconocimiento al trabajador como espectador y se realza la importancia de la veracidad que deben poseer los mensajes para ser captados de manera adecuada, incorporando experiencias de profesionales que han tenido relación con el área de Salud Ocupacional y Comunicaciones en diferentes organizaciones, sus puntos de vista y los procesos que serían oportunos en la implementación de un modelo basado en el concepto de audiovisión como el canal para que las pausas activas logren generar el interés y la importancia en el personal.

2.2. El programa de pausas activas visto como necesidad y obligación organizacional

Todas las organizaciones comercializan productos o servicios y necesitan de una población que mantenga la producción estable. Debido a esto, la mayoría de compañías del siglo XXI realizan búsquedas exhaustivas de trabajadores jóvenes, que oscilen entre los 18 y los 35 años para que se desempeñen en cargos operativos con el fin de disminuir los riesgos de enfermedades profesionales⁶ y complicaciones de salud.

⁶ Tomado de la Ley 100 de 1993. *“Artículo 11. INEXEQUIBLE: Se considera enfermedad profesional todo estado patológico permanente o temporal que sobrevenga como consecuencia obligada y directa de la clase de trabajo que desempeña el trabajador, o del*

Los seres humanos son medidos por sus capacidades físicas, mentales y psicosociales, están frente a una era de comercialización y distribución de todo tipo de productos (tangibles o intangibles) y se les cataloga como apropiados o inapropiados para desempeñar ciertas labores. De esta forma las organizaciones cada día se preocupan más por qué tipo de personal van a contratar con el fin de reducir impactos negativos al presentar complicaciones y ausentismo de los empleados en sus lugares de trabajo, buscan personas que tengan experiencia en los cargos y que sean en su mayoría jóvenes, ya que se enferman menos y tienen más energía para producir un equivalente a la demanda.

A pesar de que el panorama parece negativo, los trabajadores también son protegidos por la Ley Colombiana, más concretamente por la ley 100 de 1993 donde se expone que, en cuanto se realiza el proceso de contratación, al trabajador se le debe asegurar el cumplimiento de los servicios de salud por medio del Sistema de Seguridad Social Integral⁷ otorgándoles:

1. Afiliación al Sistema General de Riesgos Profesionales (SGRP)⁸ para la prevención de accidentes laborales a través de empresas Administradoras de Riesgos Profesionales (ARP).

medio en que se ha visto obligado a trabajar, y que haya sido determinada como enfermedad profesional por el gobierno nacional.”

⁷ Tomado de la Ley 100 de 1993. “*Preámbulo: La Seguridad Social Integral es el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, de que disponen la persona y la comunidad para gozar de una calidad de vida, mediante el cumplimiento progresivo de los planes y programas que el Estado y la sociedad desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menoscaban la salud y la capacidad económica, de los habitantes del territorio nacional, con el fin de lograr el bienestar individual y la integración de la comunidad.*”

⁸ Tomado del Decreto 1295 de 1994. “*Artículo 1: Definición: El Sistema General de Riesgos Profesionales es el conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan*”

2. Afiliación al Sistema General de Seguridad Social en Salud que provee el servicio de salud cuando la enfermedad no es de origen laboral. Este servicio se provee al trabajador por medio de la Empresa Promotora de Salud (EPS).⁹
3. Afiliación al Sistema General de Pensiones como método de ahorro en caso de presentar algún tipo de incapacidad o para la vejez.¹⁰

Además de esto, mediante el decreto 1295 de 1994 se hace obligatorio el desarrollo de actividades de Promoción y Prevención de Enfermedades por parte de las organizaciones. Es en este punto donde las Empresas Administradoras de Riesgos Profesionales desarrollan diferentes programas para las organizaciones con el fin de disminuir las enfermedades causadas por sus labores. Entre estas actividades están:

Pausas Activas: consisten en la utilización de varias técnicas en períodos cortos (Máximo 10 minutos), durante la jornada laboral con el fin de activar la respiración, la circulación sanguínea y la energía corporal para prevenir desordenes sicofísicos causados por la fatiga física y mental y potencializar el funcionamiento cerebral incrementando la productividad y el rendimiento laboral.

Calistenia: es la ejecución de actividades de calentamiento dirigida a los grupos musculares que se van a usar dentro de la actividad laboral, esto va dirigido específicamente para el personal operativo y con demandas de carga física altas.

⁹ Tomado de la Ley 100 de 1993. *“Artículo 157: Tipos de participantes en el Sistema de Seguridad Social en Salud. Los afiliados al Sistema mediante el régimen contributivo son las personas vinculadas a través de contrato de trabajo, los servidores públicos, los pensionados y jubilados y los trabajadores independientes con capacidad de pago. Estas personas deberán afiliarse al Sistema mediante las normas del régimen contributivo de que trata el capítulo I del título III de la presente Ley.”*

¹⁰ Tomado de la Ley 100 de 1993. *Artículo 10: Objetivo del Sistema General de Pensiones: El Sistema General de Pensiones tiene por objeto garantizar a la población, el amparo contra las contingencias derivadas de la vejez, la invalidez y la muerte, mediante el reconocimiento de las pensiones y prestaciones que se determinan en la presente ley, así como propender por la ampliación progresiva de cobertura a los segmentos de población no cubiertos con un sistema de pensiones.”*

Programa de acondicionamiento físico: busca desarrollar hábitos saludables, integrando actividades alternativas con artes milenarias y la actividad física en un ambiente laboral para mejorar la salud integral de los trabajadores, compensando los desajustes provocados por las exigencias laborales y aliviando dolores e incomodidad para aumentar el rendimiento y la satisfacción personal.

Cuando una organización asegura el cumplimiento de este decreto y esta ley, le está generando espacios de prevención y seguridad al trabajador. En términos de comunicación, este tipo de protección es percibido por el ser humano e inmediatamente hace asociaciones con el desempeño laboral que debe realizar para continuar con su puesto y mantener sus beneficios, aun cuando conoce la obligatoriedad de los mismos.

2.2.1. Responsabilidades con los trabajadores

Sistema General de Riesgos Profesionales:

- Establecer las actividades de promoción y prevención tendientes a mejorar las condiciones de trabajo y salud de la población trabajadora, protegiéndola contra los riesgos derivados de la organización del trabajo que puedan afectar la salud individual o colectiva en los lugares de trabajo tales como los físicos, químicos, biológicos, ergonómicos, psicosociales, de saneamiento y de seguridad.
- Fijar las prestaciones de atención de la salud de los trabajadores y las prestaciones económicas por incapacidad temporal a que haya lugar frente a las contingencias de accidente de trabajo y enfermedad profesional.
- Reconocer y pagar a los afiliados las prestaciones económicas por incapacidad permanente parcial o invalidez, que se deriven de las contingencias de accidente de trabajo o enfermedad profesional y muerte de origen profesional.

- Fortalecer las actividades tendientes a establecer el origen de los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales y el control de los agentes de riesgos ocupacionales. (ley 1295)

Administradoras de Riesgos Profesionales (ARP)

- Hacer efectiva la protección y prevención de los accidentes laborales.
- Proponer actividades de promoción y prevención que tiendan a mejorar la condición laboral y de salud en los trabajadores, protegiendo a éstos de todo riesgo derivado de la organización del trabajo.
- Facilitar y dar la debida atención en salud a empleados que sufran las consecuencias de un accidente de trabajo o de una enfermedad profesional.
- Pagar reconociendo a los afiliados todas las prestaciones sociales y económicas, que surjan al responder por los accidentes de trabajo o por enfermedad profesional.
- Respalda toda actividad que sea dirigida a, tanto determinar el origen y las causas de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, como controlar todo agente que produzca un riesgo ocupacional o profesional.
- Según el artículo 59 del decreto 1295 de 1994 toda entidad administradora de riesgos profesionales está obligada a realizar actividades de prevención de accidentes de trabajo y de enfermedades profesionales, en las empresas afiliadas. Para este efecto, deberá contar con una organización idónea estable, propia o contratada.

Empleador:

- Ejecutar en forma permanente el programa de salud ocupacional
- Responsables de los riesgos originados en su ambiente de trabajo

- Contratación de ARP para que asesoren y diseñen programas permanentes de Salud Ocupacional.
- La Prevención de Riesgos Profesionales es responsabilidad de los empleadores. (art. 56 1295)

2.3. Análisis de la ley colombiana

Teniendo en cuenta los artículos contemplados en la ley la Ley 100 de 1993, se considera que las organizaciones deben tener en cuenta el desarrollo de actividades como las pausas activas ya que éstas ayudan a disminuir enfermedades osteomusculares, estrés, la oxigenación del cerebro, cansancio y por lo tanto el ausentismo y las enfermedades laborales de los empleados durante sus jornadas de trabajo.

Muchas organizaciones tienen la idea de que las pausas activas son una interrupción de la labor de un trabajador, pero por el contrario ésta actividad permite que su desempeño sea mucho más productivo. La idea de implementar estas pausas dentro de los Sistemas Integrados de Salud Ocupacional es enseñar al trabajador una serie de ejercicios que interrumpen su rutina durante cortos períodos de tiempo con el fin de conservar su buena salud, bienestar y mejorar su la calidad de vida. Además de esto, se busca propiciar ambientes de trabajo motivadores, que generen un mejor clima laboral y por ende ayuden a mejorar la productividad.

Tomando como base lo planteado anteriormente se entiende que las pausas activas no están basadas solo en un objetivo, ya que son actividades que buscan generar bienestar para los empleados disminuyendo sus niveles de estrés y aliviando tensiones corpóreas producidas por malas posturas y rutina laboral.

Toda empresa tiene el deber de mantener un ambiente laboral sano, seguro, con diversidad de opciones que contribuya al bienestar y desarrollo de todos los trabajadores, respetando a la comunidad y preservando el medioambiente. En

Colombia “En el manifiesto de la actividad física, propuesto por la asociación de medicina y deporte AMEDCO, en abril de 2002, se hace un acercamiento a lo que puede ser el marco legal de las pausas activas laborales dentro de la propuesta de la práctica de actividad física y deporte como un derecho fundamental que contribuye a un completo desarrollo físico, mental y social de las personas”¹¹. Encabezando el manifiesto, se observa de forma más cercana la práctica de las pausas en el medio proponiendo que “El desarrollo físico, social y mental de los individuos, la promoción de la salud y de la enfermedad, el mejoramiento o mantenimiento de la calidad de vida social y laboral, dependen no sólo de las entidades gubernamentales sino de todos los integrantes de la sociedad. La actividad física, el ejercicio y el deporte son elementos preventivos y en muchas ocasiones terapéuticos que permitirán coadyuvar en unión con otros hábitos de vida sana para una mejor sociedad, más sana, fuerte y saludable.”¹²

2.4. Clases y componentes de las pausas Activas

Al hablar de las necesidades de las pausas activas en el desempeño laboral de los trabajadores, se deben contemplar dos tipos de ejercicios que hacen parte de la actividad física en el trabajo: ejercicios preparatorios o calentamiento y ejercicios compensatorios que son los que se realizan durante la jornada laboral. Al hablar de actividad que permite recuperar la fuerza se fortalece la idea que las pausas activas no son una pérdida de tiempo, si no por lo contrario se optimizan los recursos que posee el ser humano; *“la capacidad de una mano se recupera más rápidamente si durante el descanso la otra mano trabaja. Este proceso es el que ha servido de base para el desarrollo del bien llamado descanso activo o pausa activa”*¹³

¹¹ <http://es.scribd.com/doc/92305436/PAUSA-LABORAL-ACTIVA>

¹² <http://es.scribd.com/doc/92305436/PAUSA-LABORAL-ACTIVA>

¹³ <http://www.slideshare.net/Comunicacioneducacion/presentacin-pausas-activas-en-secretara-de-educacion-y-cultura>

- Los ejercicios preparatorios o calentamiento: se realizan antes de iniciar la jornada laboral y se refieren a la preparación de los músculos, articulaciones y en sí la estructura general del cuerpo que puedan resultar afectados por la fatiga y el trabajo repetitivo, “El calentamiento tiene una duración de 5 minutos. Contiene 5 ejercicios que deben repetirse 3 veces cada uno, sosteniendo en cada ejercicio durante 5 segundos antes de iniciar la siguiente repetición”¹⁴.
- Los ejercicios compensatorios: son aquellos que se realizan durante la jornada laboral, y se refieren a la actividad física que se realiza durante el día de trabajo, teniendo como finalidad proporcionar una sensación de descanso a las partes del cuerpo que se ven afectadas por el impacto directo de la acción de trabajo.

Debido a que las pausas activas se realizan mediante ejercicios, es necesario conocer los beneficios que éstos traen a las personas, ya que se puede lograr un cambio total en el bienestar de la persona con tan solo practicarlo 5 o 10 minutos diarios. El ejercicio es “un agente que disminuye las grasas, es antihipertensivo, mejora el funcionamiento del corazón, disminuye la frecuencia cardiaca, dilata las arterias, es diurético, es reductor de peso, estimula el funcionamiento intestinal, disminuye el azúcar, es tranquilizante y con cualidades de antidepresivo e hipnótico.”¹⁵

El ejercicio es la mejor forma de mantener la actividad física y una actitud saludable, este es el medio o canal para desarrollar las pausas activas, un ejercicio satisfactorio no se lleva a cabo sin una respiración adecuada la cual debe ser profunda y lo más constante posible, “El control de la respiración juega un rol destacado en los beneficios que obtenemos al realizar las pausas activas estos dos instrumentos nos ayudan a limpiar, revitalizar y purificar el cuerpo”¹⁶, por esto entendemos que un ejercicio beneficioso debe hacerse suave y acompañado de una respiración adecuada, junto con

14

http://titan.utadeo.edu.co/joomlas/boletin/images/stories/Boletin_UJTL/Pausas%20Activas.pdf

¹⁵ http://transparencia-activa-vm.inp.cl/portal/Documentos/gimnasiapausa_alumno.pdf

¹⁶ <http://www.slideshare.net/Comunicacioneducacion/presentacin-pausas-activas-en-secretara-de-educacion-y-cultura>

la realización equitativa de ejercicios para las partes más afectadas del cuerpo: el cuello, hombros, brazos, muñeca, dedos, superior, tronco inferior y las piernas.

Por otro lado las pausas activas clasifican su implementación de acuerdo al usuario, quien es determinado por la intensidad del trabajo que realice. Así un usuario intensivo "...es aquel que desempeña actividades caracterizadas por un alto requerimiento visual, una postura mantenida y movimientos repetitivos, como las tareas de programación e introducción de datos." ¹⁷ Este usuario debe realizar pausas activas cada dos horas.

El usuario Frecuente "...Es aquel trabaja la mayor parte del tiempo en el computador, pero la tarea es menos fatigante, ya que permite algunos periodos de cambios de actividad, que reducen la carga de trabajo frente a la pantalla" ¹⁸, el usuario frecuente debe realizar pausas cada 3-4 horas. Finalmente el usuario Ocasional "... es aquel trabaja con el computador alternando con otras actividades durante toda la jornada. Dichos cambios de actividad constituyen pausas en el trabajo frente a la pantalla" ¹⁹ y debe realizar pausas activas 2 veces al día.

2.5. Bienestar Organizacional

Cuando se habla de generar bienestar para los empleados en cuanto a su salud y calidad de vida, se deben tener en cuenta las diferentes tareas que ejecutan diariamente o durante la mayor parte del día para generar estrategias dirigidas a un grupo determinado ya que como se mencionó anteriormente, el decreto 1295 de 1994

¹⁷

http://titan.utadeo.edu.co/joomlas/boletin/images/stories/Boletin_UJTL/Pausas%20Activas.pdf

¹⁸

http://titan.utadeo.edu.co/joomlas/boletin/images/stories/Boletin_UJTL/Pausas%20Activas.pdf

¹⁹

http://titan.utadeo.edu.co/joomlas/boletin/images/stories/Boletin_UJTL/Pausas%20Activas.pdf

hace obligatorio el desarrollo de actividades de Promoción y Prevención de Enfermedades para los trabajadores, y éstas deben estar dirigidas a diferentes perfiles y/o labores dentro de una misma organización.

Entonces al contemplar un grupo objetivo de personas que trabajan la mayor parte del tiempo sentadas o frente a un computador, se plantea una estrategia de pausas activas basada en la implementación de sesiones cortas de relajación en sectores específicos del cuerpo como lo son: las manos, muñecas, hombros, cuello, zona dorsal y zona lumbar para que ayuden al mejoramiento del ambiente laboral, a la disminución de la sintomatología osteomuscular, a la disminución de fatiga, al mejoramiento de los niveles de concentración y oxigenación del cerebro y por ende a la productividad de los trabajadores.

Así, las organizaciones deben contemplar la implementación y desarrollo de programas, actividades y ejercicios que refuercen la condición de sus trabajadores para generar espacios de recuperación de energía y así fortalecer la idea bienestar y preocupación por el empleado que está generando ingresos para la compañía. En cuanto esto pase, el trabajador sentirá que su rol dentro de la organización no es sólo operativo, sino será tomado en cuenta como persona que se debe fortalecer y cuidar.

La estrategia debe ser dirigida a este grupo de trabajadores ya que a pesar de que el cuerpo humano está diseñado para permanecer ejercitándose, debido a los avances tecnológicos como el acceso a redes que permiten la conexión e interacción con todos los integrantes de una organización desde un mismo espacio, evita la necesidad de desplazarse y así se genera inactividad física. De esta forma se obliga al trabajador a permanecer sentado la mayor parte de su jornada laboral (48 horas semanales), haciendo movimientos repetitivos y propiciando posturas inadecuadas del cuerpo. Este tipo de actividades repetitivas generan molestias en nuestro organismo, por esto la realización de ejercicios que promuevan el relajamiento muscular ayudan a disminuir las enfermedades de origen laboral.

Las Pausas Activas son el inicio para generar una cultura de autocuidado, logrando mejorar la calidad de vida tanto laboral como personal e Integrando la salud como un hábito de vida y trabajo, para así compensar los desajustes provocados por las exigencias laborales, eliminar dolores e incomodidades reflejadas en el cuerpo.

Tomando como punto central la corporeidad de los sujetos y sus preferencias en cuanto a los medios de comunicación innovadores, se usará como concepto clave el término audiovisión ya que servirá para desarrollar una propuesta basada en imágenes y sonido que integren cualidades y técnicas comunicativas que debe contener un programa exitoso de pausas activas, y esto generará interés y curiosidad por parte de los trabajadores.

2.6. Actualidad

Al haber mencionado la importancia que tienen las imágenes y los tipos de asociaciones que generan por ser parte de una era donde todo son productos sociales, se reconocerá la importancia y el alcance de la misma dentro de un sistema de correlaciones en donde el hombre a pesar de producir y consumir se pierde de muchos significados que son asignados con el fin de reducir su capacidad de interpretación y lograr que sea un comerciante más dentro de un espacio diseñado para responder a estímulos.

Este comerciante en nuestro contexto organizacional es el empleado, quien diariamente se sumerge en una rutina industrializada, donde se enfrenta a la era de la información, y por ende a nuevas formas de trabajo, sentado el 90% del día frente a un computador.

Además de estar enfrentados a la era de la industrialización los empleados afrontan una sociedad consumista basada en la idea de producir sin parar, la cual desencadena una serie de enfermedades laborales debido a las rutinas de trabajo y con el tiempo esta situación ha logrado que las compañías se den cuenta de la necesidad de

implementar medidas preventivas ligadas a la productividad y el buen desempeño, y no ha momentos de inactividad laboral o pérdida de tiempo.

Actualmente se ha implementado en muchas organizaciones la cultura de realización de ejercicios en el puesto de trabajo, con el fin de disminuir el impacto de una actividad rutinaria. Aunque en estos momentos su implementación no ha sido exitosa en la mayoría de empresas, es una necesidad que no ha sido tomada seriamente por parte de los trabajadores y en muchos casos, sus líderes. De esta forma la implementación de pausas activas se entiende como una cultura y "...la forma para eliminar momentos de tensión y de estrés, ayudando a evitar la monotonía y generando espacios de interacción y comunicación que son importantes en las empresas, pues se traducen en mayor rendimiento dentro de las funciones"²⁰.

Estos espacios necesarios para las pausas activas, son dispuestos y formados por la comunicación organizacional la cual apoyada por la salud ocupacional crean un ambiente donde las necesidades de las personas son la fuente para la creación de este proceso efectivo de intercambio y mitigación.

La comunicación organizacional como canal para incentivar el uso de pausas activas, tiene presente la necesidad de todos los involucrados ya que deben estar convencidos y motivados para así lograr que las intenciones de las dos partes se fortalezcan, por un lado se educa y por el otro se aprenda. De esta forma podemos decir que la Comunicación Organizacional se debe plantear como particularidad y herramienta de las relaciones empresariales, en donde tanto trabajadores como empresarios deben actuar como emisores y receptores, en busca de un bien común que en este caso serían las pausas activas.

²⁰ <http://acontable.com/noticias/53-titulares/10816-pausas-activas-en-espacios-laborales-cuestion-de-rendimiento-y-productividad-en-las-empresas.html>

CAPÍTULO III

3. **Construyendo el escenario para la comunicación de las pausas**

Las organizaciones han ido desarrollando diferentes metodologías para implementar nuevos programas que ayuden al bienestar del empleado. Es necesario reconocer los escenarios y las dinámicas laborales para así determinar el mejor método y ejecución de un programa de pausas activas.

A continuación se presentaran testimonios de diferentes sectores organizacionales y el contexto en el cual se desarrollan.

3.1. **Colsubsidio**



1. **Sector:** Privado
2. **Negocio:** Caja de compensación
3. **Caracterización:**

Colsubsidio es una Organización que se caracteriza por brindar diferentes servicios dentro de una misma marca. Se considera una empresa convencional y con un organigrama unidireccional, lo que significa que la estructura se rige por su director y de manera unilateral se toman decisiones. Es la caja de compensación número uno en Colombia ya que se ha dedicado a promover sus negocios en todo el país, pasando a ser la primera caja de compensación para los colombianos y no solo a nivel regional.



Servicios que brinda Colsubsidio.

La misión de Colsubsidio es “trabajar con las empresas, los trabajadores y el gobierno, por el desarrollo humano integral mediante la gestión de programas del subsidio familiar, la protección, seguridad y responsabilidad social, para el logro de una Colombia más justa, solidaria y en paz”, es reconocida como una corporación que brinda muchos beneficios a sus colaboradores y es querida tanto por público interno como externo gracias a su labor social con jóvenes que reciben educación gratuita en algunos barrios de Bogotá.

Sus colaboradores hacen parte fundamental de su estructura ya que es una organización paternalista y por eso buscan darle lo mejor a su equipo de trabajo, ofreciéndoles diferentes actividades y preocupándose por tener un equipo de Gestión Humana que los haga sentir más cerca unos de otros. Gracias a las diferentes actividades que se promueven desde la Gerencia de Gestión Humana, en Colsubsidio se cuenta con un cariño por la empresa y un sentido de pertenencia bastante grande, sus empleados están orgullosos de pertenecer a esta compañía.

Dentro de ese esquema cabe resaltar la labor de las comunicaciones tanto para el público interno como para el externo, ya que se crean medios como: boletines, notas en intranet, campañas de promoción de beneficios a nivel interno, periódico, volantes, entre otros, con el fin de mantener a los colaboradores informados tanto de las actividades que se encuentra desarrollando la empresa para seguir creciendo como para motivarlos a hacer parte de una cultura llamada Colsubsidio.

²¹ Recuperado de <http://publico.colsubsidio.com/marco-estrategico>

Algunas de las falencias que se presentan en el campo de Comunicaciones se deben a los retrasos y la falta de unión entre áreas estratégicas como lo son salud Ocupacional, Selección, Nómina y el mismo departamento de comunicaciones, ya que a pesar de comunicar actividades de Bienestar, algunos temas de gran importancia se quedan de lado y los empleados pasan a estar un poco desinformados y descontentos con el manejo de la información por parte de altos cargos, esto ocasiona en muchas oportunidades malos entendidos y comentarios poco favorables que ocasionan un clima organizacional un poco tenso en algunas áreas.

Rutinas de trabajo

Los colaboradores de Colsubsidio se caracterizan por trabajar muchas horas extras en los cargos administrativos, mientras que los puestos operativos siempre están cumpliendo su horario fijo.

Algunas de las debilidades se presentan en la organización se debe a que los grupos de trabajo son muy reducidos y por lo tanto es necesario utilizar tiempo libre de los trabajadores para poder cumplir con todas las tareas que deben realizar diariamente.

Análisis de necesidades formativas

Los colaboradores necesitan que sus líderes estén un poco más pendientes de su desarrollo y logro de objetivos dentro de las tareas que le son asignadas, con esto se hace referencia a que en muchos casos los colaboradores son capacitados en diferentes áreas y nunca se les pregunta o se les motiva a hacer uso de ese conocimiento en pro de la organización.

Otras veces lo que sucede es que los talleres y las capacitaciones que se brindan no están apalancadas en hechos tangibles dentro de la misma organización. En estos momentos Colsubsidio está pasando por una etapa crítica en cuanto a los procesos ya que se abrirá un nuevo negocio y su imagen visual no está definida, lo cual es grave en cuanto a que los usuarios podrán entender qué es lo que va a suceder en cuanto

tengan el aplicativo listo. Se está capacitando a los empleados con un supuesto, lo cual no es bueno para ellos porque están en el punto de incertidumbre, y no es bueno para la organización porque se están perdiendo horas laborales que no serán aprovechadas a futuro.

3.1.1. Entrevista Giovanna Martínez Barbosa

Estudios: Fisioterapeuta

Especialidad: Gerencia de Salud Ocupacional

Cargo actual: Analista de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional para Colsubsidio.

PREGUNTAS:

Tipo de organización en la que trabaja

Empresa privada: Caja de compensación sin ánimo de lucro.

¿Qué piensa usted que aporta el decreto 1295 de 1994 en cuanto al tema de Pausas Activas?

A pesar de que no habla específicamente del tema de Pausas Activas, si habla de actividades de promoción y prevención de enfermedades; esto nos permite a las diferentes áreas de salud ocupacional apalancarnos para la autorización del desarrollo e implementación de este tipo de programas.

¿Considera que las pausas activas contribuyen al mejoramiento de su condición de salud y por ende calidad de vida?

Si, ya que mejora la irrigación sanguínea, la oxigenación del cerebro y de los grupos musculares, permite tener tiempos de descanso en los diferentes grupos musculares en los cuales disminuyen el periodo de ejecución de movimientos repetitivos.

¿Realiza Pausas activas?, ¿Con qué frecuencia?

Si, cada vez que siento una molestia osteomuscular.

¿En la organización donde trabaja se realizan pausas activas?, ¿Con qué frecuencia?

Si, una vez a la semana según lo programado.

¿Cómo califica la percepción que tienen los jefes frente al programa de Pausas Activas?

Inicialmente no es positivo ya que tienen la percepción de que es una pérdida de tiempo de operación, también creían que se iba a tornar como un espacio de juego. Mediante el desarrollo del programa se dieron cuenta de que a pesar de los 15 minutos que se “pierden” de operación, la productividad aumenta considerablemente. Esto también afecta de manera positiva en la disminución de trabajadores incapacitados por problemas osteomusculares.

¿Qué canal de comunicación considera más oportuno para la difusión de la información de las pausas activas?

- a) Volante
- b) Correo corporativo
- c) Intranet
- d) Vos a Vos **x**
- e) Campañas institucionales **x**
- f) Charlas informativas
- g) Su jefe directo **x**

¿Qué metodología le gustaría que se implementara en el programa de Pausas Activas?

A través de líderes seleccionados por área, que sean detectados durante las jornadas de iniciación que se realizan por parte del grupo de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional de cada organización. Estos deben cumplir con las siguientes

características: ser proactivos, líderes, seguros, participativos, compañeristas, extrovertidos e interesados en mejorar su condición de salud.

Después de seleccionarlos se les entrega una cartilla de pausas activas con varias rutinas que se deben desarrollar dos veces al día, durante su jornada laboral por 5 minutos.

¿Le gustaría tener un producto audiovisual que ayudara a que las pausas activas fueran más dinámicas?

Si, ya que me permitiría tener un mayor cubrimiento de la población trabajadora.

¿Cómo se lo imagina?

Un software que me permita a mí como líder del programa controlar el momento de realización de las pausas activas para que el grupo a mi cargo realice las actividades de forma simultánea.

El video puede contener una imagen de un ser humano indicando los movimientos que se deben realizar.

3.2. Halliburton

HALLIBURTON

Sector: Privado

Negocio: Industria Petrolera

Caracterización:

Fundada en 1919, Halliburton es uno de los mayores proveedores del mundo de productos y servicios para la industria energética. Tiene más de 70.000 empleados en aproximadamente 80 países. Sus funciones se basan en prestar servicio a la industria del petróleo y gas en todo el ciclo de vida del depósito de hidrocarburos y la gestión de datos geológicos, a la evaluación de la perforación y la formación.

Halliburton se compone de dos divisiones: perforación y evaluación y al mismo tiempo se compone de varias líneas como lo especifica el siguiente grafico:



22

La misión de la empresa es “proveer productos, servicios y soluciones a la industria energética global. Para tener éxito nos enfocamos en las necesidades de nuestros clientes. Continuamos buscando soluciones creativas para maximizar la recuperación económica de los depósitos de petróleo y gas”.²³ Para Halliburton la calidad en el servicio esta basada en una cultura de respeto y de toma de decisiones en tiempo real que ayude a generar respuestas rápidas y efectivas acordes con las necesidades del cliente.

Al ser una organización multinacional y una empresa que cuenta con 1.800 empleados a nivel de Colombia, el ambiente laboral cambia de acuerdo con el departamento o línea, pero la comunicación interna que se maneja se distribuye a nivel nacional por los mismos medios, siempre teniendo claro que para tener el cliente externo satisfecho es necesario mantener el esfuerzo y participación de todos los empleados, fomentando un clima organizacional de compromiso, entusiasmo y trabajo en equipo, lo cual se logra invirtiendo no solo en las necesidades del cliente si también en las del personal.

²² Recuperado de <http://www.halliburton.com/>

²³ Halliburton+ descripción. Pdf, pág. 4

Es por este que Halliburton tiene muy claro la caracterización de su público interno ya que un ingeniero de Campo no va a tener las mismas necesidades tanto físicas como mentales que una persona que se encuentre en el área administrativa o de oficina y cada una de las estrategias para implementar cambios y alternativas de acción son pensadas de acuerdo con el cargo del trabajador, por eso Halliburton es una empresa que mantiene contentos a sus trabajadores, porque sabe diferenciar sus necesidades y trata de cubrirlas a cabalidad.

Rutinas de trabajo

Los trabajadores de Halliburton se diferencian en dos tipos, están los empleados administrativos y los empleados de pozo. En primera instancia los empleados administrativos son los que se encuentran en las líneas de soporte o en líneas que ayudan a complementar el trabajo de forma sistemática y computacional en oficinas, mientras que los empleados de pozo se encargan de realizar labores de campo a nivel nacional e internacional. Cada uno de estos empleados no posee un horario fijo y está sujeto a la demanda de trabajo que tenga, por lo cual las jornadas laborales ya no son de 7:30 am a 5:00 pm, sino que se extienden hasta que sea necesario con tal de cumplir con el trabajo.

Análisis de necesidades formativas

A pesar que realizan labores diferentes los empleados de Halliburton se caracterizan por tener necesidades similares por esto el departamento de comunicación junto con el área de talento y desarrollo son los encargados de divulgar y preparar cursos y capacitaciones acordes con las necesidades de aprendizaje de los empleados, ya que uno de los objetivos de Halliburton es que cada uno de ellos cree carrera dentro de la empresa. Puede decirse que a pesar que la carga laboral es alta se contrarresta con el nivel de oportunidades que se les brinda en cuanto a aprendizaje y crecimiento profesional.

3.2.1. Entrevista Olga Gayón

Estudios: Administración de Empresas

Cargo Actual: Especialista de comunicaciones

Empresa: HalliBurton

Tipo de organización en la que trabaja

Empresa del sector petrolero Halliburton S.A.

Modelo de comunicación

Se maneja un modelo de comunicación jerárquico, formal donde los medios para transmitir el mensaje son claros y oportunos.

¿Ha escuchado hablar del sistema integrado de seguridad social?

Si, aunque no conozco su función con profundidad.

¿Conoce el término pausas activas?

Si, se utiliza para nombrar los ejercicios que se realizan en una organización con el fin de interrumpir las labores rutinarias.

¿Considera que las pausas activas contribuyen al mejoramiento de su condición de salud y por ende calidad de vida?

Si ya que ayuda al estiramiento de músculos que permanecen varias horas en una misma posición, también a descansar las articulaciones de movimientos repetitivos y ante todo a generar un espacio para nosotros mismos lo cual es muy difícil en una jornada laboral.

¿Realiza pausas activas?, ¿con qué frecuencia?

Realmente no porque no se ha creado el momento fijo y constante para realizarlas.

¿En la organización donde trabaja se realizan pausas activas?, ¿con qué frecuencia?

Si, Se realizaban todos los lunes y miércoles, pero no se creó una cultura ni se generó un interés por parte de los empleados como por el departamento encargado de gestionarlas, de esta forma fueron desapareciendo.

¿Cómo califica la percepción que tienen los jefes frente al programa de pausas activas?

Realmente pienso que no tienen mucha percepción de las pausas activas ya que no las realizan y tampoco tiene la preocupación por que nosotros los empleados las realicemos. Pienso que no es porque sea una pérdida de tiempo laboral, sino porque simplemente no es algo que contemplen en sus planes de desarrollo empresarial.

¿Qué canal de comunicación considera sería más oportuno para la difusión de la información de las pausas activas?

- a) Volante
- b) Correo corporativo
- c) Intranet
- d) Vos a Vos
- e) Campañas institucionales **x**
- f) Charlas informativas **x**
- g) Su jefe directo.

Pienso que una comunicación directa y real mostrando lo que ocasiona una jornada extenuante, sin parar ni dar un descanso al cuerpo y por qué no a la mente.

¿Qué metodología le gustaría que se implementara en el programa de pausas activas?

Sería creando una costumbre y un espacio fijo y constante del día, donde se hagan los ejercicios adecuados que ayuden a la relajación del cuerpo, creando un espacio que a pesar que es en el mismo puesto de trabajo va a ser un espacio para nosotros mismo.

Sería bueno que nos enseñaran los ejercicios para saber bien que debemos si dejan un día de hacerlas.

¿Le gustaría tener un producto audiovisual que ayudara a que las pausas activas fueran más dinámicas?

Si, crearía dinamismo en los momentos de las pausas activas y generaría interés e impacto en los empleados, pasando de hacer algo monótono aburrido y que muchos piensan que no sirve, a mostrar que es un momento divertido e interesante.

¿Cómo se lo imagina?

Me lo imagino como un video con bastante movimiento que transmita energía, puede ser un personaje animado característico de la compañía para recalcar también la identidad de marca y el interés por parte de Halliburton hacia el bienestar del empleado.

3.3. Telefónica



Sector: Privado.

Negocio: Telecomunicaciones.

Caracterización:

Telefónica es uno de los operadores integrados de telecomunicaciones líder a nivel mundial en la provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento, con presencia en Europa y Latinoamérica. Está presente en 25 países y cuenta con una base de clientes que supera los 313,8 millones a septiembre de 2012.

Esta compañía es una de las más reconocidas a nivel internacional en el sector de telecomunicaciones, según la información registrada en su página web, genera más de un 76% de clientes fuera de su país de origen. Ocupa la octava posición en el sector de

telecomunicaciones a nivel mundial por capitalización del mercado²⁴, la primera como operador europeo integrado, y la décimo quinta en el ranking Eurostoxx 50, que agrupa las mayores compañías de la zona Euro (30 de septiembre de 2012).

Telefónica es una empresa totalmente privada, con más de 1,5 millones de accionistas directos y cotiza en el mercado continuo en las bolsas españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia) y en las de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires.

En Latinoamérica, la compañía presta servicios a más de 210,1 millones de clientes a 30 de septiembre de 2012, posicionándose como operador líder en Brasil, Argentina, Chile y Perú y contando con operaciones relevantes en Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela. En Europa, la compañía tiene presencia, además de en España, en el Reino Unido, Irlanda, Alemania, República Checa y Eslovaquia, dando servicio a más de 102,9 millones de clientes al cierre de septiembre de 2012.

Rutinas de trabajo

Telefónica es una organización del sector de telecomunicaciones, por lo tanto sus rutinas de trabajo están direccionadas a la atención al usuario durante el mayor tiempo posible, debe prestarse el servicio de atención al cliente las 24 horas del día, 7 días a la semana, por lo menos en la parte de call center. Es un ambiente muy estresante ya que todos los empleados están dando y recibiendo información por parte de los clientes, es muy importante incentivarlos para que alcancen ciertos valores en ventas o en llamadas recibidas y de esto se ocupa el área de recursos humanos.

²⁴ Por capitalización bursátil se entiende la correspondencia del valor de cotización de las acciones de una empresa.

Análisis de necesidades formativas

Los trabajadores de este tipo de organización requieren de una serie de capacitaciones en cuanto a expresión oral y manejo de información que requiere el cliente, por esta razón sus necesidades formativas son cubiertas desde el ingreso a la organización. Por otro lado, el departamento de comunicaciones no tiene mucha acogida en un ambiente que es constante y que requiere de otro tipo de ejercicios de comunicación, en este call center como tal no cuentan con un área de comunicaciones que se dirija al empleado, la mayoría de las estrategias determinadas por las sedes administrativas y los medios de comunicación van dirigidos al público externo.

3.3.1. Entrevista Mónica Fajardo

Estudios: Administración de Empresas.

Cargo Actual: Jefe de Servicio al Cliente del Call Center Corporativo.

Empresa: Telefónica.

¿Cómo funciona el área de Comunicaciones?

- Intranet: publicaciones en cuanto a los dos tipos de clientes:
 - Interno: Historia, misión, visión, convocatorias, planes de trabajo, directorio de empleados, beneficios.
- Correo corporativo: promoción de campañas de todo tipo.
- Plataforma de Capacitación: E-learning (cursos obligatorios para los empleados)
de Salud Ocupacional: Reglamento del trabajo, prevención, higiene. Todos deben certificarse durante el año de trabajo.
- No existe nada específico en cuanto al manejo de la información del programa pausas activas en la organización aparte de los E-learning.

¿Cómo funciona el área de Seguridad Industrial en la Compañía?

Existe un outsourcing con una empresa especializada en medicina y fisioterapia área de bienestar para capacitar en Pausas Activas. Personal calificado está listo para proveer información necesaria a los empleados.

- Organización y adecuación del puesto de trabajo según las necesidades físicas de los empleados.
- Seguimiento a empleados que presentan anomalías.
- Capacitaciones y acompañamiento del personal del área de salud ocupacional para que estén pendientes de los ejercicios que debe realizar un grupo de trabajo.
- Nombramiento de líderes por bahías de trabajo que se encargan de realizar las pausas y se encargan de realizar un control de los asistentes.
- Programación de Pausas Activas dos veces al día durante 10 minutos.
- Semana de la Salud.
- Entrega de manuales y recomendaciones con los ejercicios que se deben realizar dependiendo del cargo.

Conclusiones

- Los empleados deben hacerse cargo de las pausas activas al concientizarse de que es un beneficio para su cuerpo y no una imposición por parte de la organización.
- El jefe debe estar involucrado y pendiente de la realización de las pausas activas para que éstas se realicen continuamente.

3.4. DSM Nutritional Products



Sector: Privado.

Negocio: Nutrición y vitaminas.

Caracterización:

DSM es la empresa líder a nivel mundial en cuanto a nutrición e innovación, es el primer productor a nivel mundial en vitaminas, carotenoides, mezclas personalizadas para fabricantes de nutrientes, alimentos, bebidas, suplementos dietéticos y productos para el cuidado personal. Cuenta con una plataforma de investigación global, innovación tecnológica y capacidades de desarrollo, redes internacionales de servicio técnico y producción en más de 100 países.

Además de esto, cuenta con una amplia carta de ingredientes para ofrecer un procesamiento y fabricación de formulaciones innovadoras que proporcionan un rendimiento óptimo en el sector de la salud. DSM mantiene a sus clientes por delante del mercado en constante cambio, anticipándose a las necesidades del cliente como las tendencias nutricionales se desarrollan y evolucionan las exigencias del cliente.

DSM Nutritional Products, junto con sus empresas hermanas, conforman Royal DSM NV, que se ha comprometido a crear productos y servicios innovadores en Ciencias de la Vida y Ciencias de los Materiales que contribuyen a la calidad de vida. Productos y servicios de DSM se utilizan a nivel mundial en una amplia gama de mercados y aplicaciones, el apoyo a una forma más saludable, más sostenible y más agradable de la vida. Los mercados finales incluyen la nutrición humana y animal y la salud, el cuidado personal, productos farmacéuticos, automoción, recubrimientos y pinturas, electricidad y electrónica, protección de la vida y la vivienda. DSM, que tiene su sede

en Holanda, tiene unas ventas anuales de alrededor de 9 mm de euros y emplea a 22.000 personas en todo el mundo.

La sostenibilidad ha estado siempre en el corazón de la forma de DSM Nutritional Products hace negocios. Nuestro enfoque está consagrado en los tres Principios de Actuación: Respeto por las personas, la buena ciudadanía corporativa y de asociaciones valiosas. El mismo equilibrio se encuentra en el corazón de nuestro Informe Triple P, la cuenta anual de nuestros esfuerzos para armonizar los requisitos de las Personas, Planeta y Beneficio.

Rutinas de trabajo

Esta organización cuenta con unas rutinas de trabajo muy fuertes ya que su planta en Colombia es de aproximadamente 50 empleados y al contar con un número reducido de integrantes por área, las cargas laborales son mucho más pesadas.

Los empleados fueron sometidos a un cambio abrupto al ser trasladados de la zona industrial a Tocancipá en un lugar frío y con condiciones menos favorables que las presentadas cuando su sede era la empresa farmacéutica Roche. Por otra parte, los empleados de cargos operativos y sus líderes cuentan con ciertos beneficios que proporcionan bienestar, dentro de estos están: servicio de transporte, una tarjeta con dinero para obtener alimentos de máquinas de lácteos, café y varios y también cuentan con el servicio de casino.

Los empleados tienen diferentes campos de acción y brechas muy amplias en cuanto a sus labores diarias, mientras los analistas pasan de 8 a 9 horas al día en un laboratorio analizando muestras y pasando los resultados en un computador, los operarios están levantando cargas de vitaminas y desempacando gran cantidad de productos que llegan para ser analizados.

Análisis de necesidades formativas

Los empleados necesitan un acompañamiento por parte de sus jefes, esto se debe a que se presenta una falta de información y un clima laboral un poco tenso, con esto se

3.4.1. Entrevista Luz Mery Pedraza

Estudios: Química Farmacéutica

Cargo actual: Analista de Laboratorio

Empresa: DSM Nutritional Products.

Tipo de organización en la que trabaja

Empresa privada: Empresa especialista en concentrados vitamínicos.

Modelo de comunicación

No existe un área de comunicaciones definida, es por medio del departamento de Recursos Humanos que se maneja la información en cuanto a los temas de bienestar laboral, y los temas de Seguridad Industrial son manejados por el departamento denominado SHE (seguridad, salud y medio ambiente).

Las piezas de comunicación son enviadas a través del correo corporativo o en físico de manera independiente por cada uno de los departamentos.

¿Qué ha escuchado del Sistema Integrado de Seguridad Social?

Dentro del Sistema Integrado de Seguridad Social se busca proteger a los empleados ante cualquier tipo de circunstancia, ya sea invalidez, enfermedad profesional o la vejez.

¿Conoce el término pausas activas?

Si, este término se utiliza para denominar la ejecución de ejercicios que generan cansancio sobre los músculos que más se utilizan durante la jornada laboral con el fin de evitar lesiones o daños a futuro.

¿Considera que las pausas activas contribuyen al mejoramiento de su condición de salud y por ende calidad de vida? ¿Por qué?

Si, ya que al realizar pausas sobre actividades rutinarias, se está permitiendo el descanso de los músculos y su relajación, así se podrán evitar lesiones.

¿Realiza Pausas activas?, ¿Con qué frecuencia?

Si, una vez a la semana de manera grupal, y también las realizo individualmente dos veces al día.

¿En la organización donde trabaja se realizan pausas activas?, ¿Con qué frecuencia?

Si, una vez a la semana tenemos un instructor que nos indica los ejercicios que debemos realizar para descansar los músculos.

¿Cómo califica la percepción que tienen los jefes frente al programa de Pausas Activas?

Están de acuerdo, lo siguen y lo promueven. Tienen una actitud positiva frente al programa y muestran su preocupación por la ejecución de los ejercicios programados.

¿Qué canal de comunicación considera más oportuno para la difusión de la información de las pausas activas?

- a) Volante
- b) Correo corporativo **x**
- c) Intranet
- d) Vos a Vos **x**
- e) Campañas institucionales
- f) Charlas informativas **x**
- g) Su jefe directo

¿Qué metodología le gustaría que se implementara en el programa de Pausas Activas?

A través de recordatorios vía correo electrónico ya que muchas veces no se realizan porque debido a la cantidad de trabajo se olvida. Otra manera eficiente de recordar e incentivar este programa es a través de actividades grupales de manera constante.

¿Le gustaría tener un producto audiovisual que ayudara a que las pausas activas fueran más dinámicas?

Si, porque sería más dinámico y divertido y así se lograría incentivar más a los trabajadores para realizar las pausas activas.

¿Cómo se lo imagina?

Mostrar paso a paso el ejercicio describiendo el beneficio al que conlleva para que las personas puedan tener esta información.

Conclusiones

La organización no cuenta con un departamento de comunicaciones internas que vele por la transmisión de la información de manera oportuna y eficaz, por otro lado, el departamento de Recursos Humanos está encargado de comunicar las novedades pero sin hacer un previo análisis de las necesidades

3.5. Redeban Multicolor



1. **Sector:** Privado
2. **Negocio:** financiero

3. Características:

Redeban multicolor está asociado a la franquicia Mastercard en Colombia. En 1970 “...Mastercard otorgó la franquicia al banco de occidente y al banco industrial colombiano, por lo cual la historia de RBM Redeban Multicolor está asociada a la vinculación de la Franquicia MasterCard en Colombia y al surgimiento de las redes de transferencias electrónicas de fondos, creadas por el sistema financiero colombiano”²⁵

Redeban multicolor es la primera red suramericanas certificada con la normal ISO : 900, y en el 2011 cambio su imagen corporativa y su nombre a RBM Redeban Multicolor, recibiendo por parte de Mastercard WorldWide la certificación para ser la primera red en realizar transacciones de PayPass es decir tarjetas sin contacto en Colombia.

Rutinas de trabajo

Redeban es una de las 25 mejores empresas para trabajar, por lo cual tiene un gran nivel de desarrollo tecnológico y un alto nivel de formación del personal “...de las 350 personas empleadas, 43% tienen educación universitaria, 15% ha realizado postgrados y 30% tiene formación técnica y tecnológica.”²⁶

El clima laboral se caracteriza por su alto nivel de exigencia en cuanto a la calidad, la rapidez, la eficiencia y la seguridad, pero a su vez también por el excelente trato a los empleados y al importancia por el bienestar de cada uno. De esta forma el nivel de antigüedad de los trabajadores esta entre 7 y 8 años con un nivel de rotación bajo, donde una de las principales preocupaciones de la alta administración es el mejoramiento contante del clima organizacional.

Análisis de las necesidades formativas

²⁵http://www.redebanmulticolor.com.co/portal/page/portal/indexcol/negocios_redeban/quienes_somos

²⁶ <http://www.dinero.com/caratula/edicion-impresa/articulo/20-redeban-multicolor/108488>

En RBM acorde a las necesidades de los empleados existe un plan de capacitación “.. el cual que involucra prácticamente a todos los funcionarios de la compañía, apoyando con recursos y tiempo para estudios universitarios y de postgrado y están implementando un esquema de universidad virtual”²⁷, por lo cual los empleados crean un lazo mas fuerte con la compañía y aprovechan las oportunidades que les brindan.

3.5.1. Entrevista Andrés Angarita

Empresa: Redeban Multicolor

Cargo: Especialista de compensación

Carrera: Administrador de empresas

Tipo de organización en la que trabaja

Entidad financiera

Modelo de comunicación

Comunicación vía Intranet, Correo corporativo.

¿Ha escuchado hablar del sistema integrado de seguridad social?

Es el conjunto de normas e instituciones que tienen el objetivo de garantizar una calidad de vida digna para todas las personas.

Conoce el término pausas activas

Son periodos que puede tomar una persona para realizar algún tipo de ejercicio en su puesto de trabajo con el fin de cambiar la rutina, recuperar energía y continuar sus actividades con mayor eficiencia.

¿Considera que las pausas activas contribuyen al mejoramiento de su condición de salud y por ende calidad de vida?

²⁷ <http://www.dinero.com/caratula/edicion-impresa/articulo/20-redeban-multicolor/108488>

Sí, porque estas permiten cambiar el ambiente laboral y descansar de la rutina, generando mayor concentración al momento de volver a las actividades.

¿Realiza pausas activas, con qué frecuencia?

Dos veces al día.

En la organización donde trabaja se realizan pausas activas, con qué frecuencia?

Un gran porcentaje de la compañía realiza pausas activas, mínimos una vez al día.

¿Cómo califica la percepción que tienen los jefes frente al programa de pausas activas?

Tienen una percepción positiva, ya que saben que las pausas activas ayudan a mejorar el rendimiento de sus colaboradores.

¿Qué canal de comunicación considera sería más oportuno para la difusión de la información de las pausas activas?

- a. Volante
- b. Correo corporativo **x**
- c. Intranet
- d. Vos a Vos **x**
- e. Campañas institucionales
- f. Charlas informativas
- g. Su jefe directo **x**

¿Qué metodología le gustaría que se implementara en el programa de pausas activas?

Realizarlas con el apoyo de alguna institución prestadora de salud o administradora de riesgos profesionales, que otorguen una capacitación sobre los ejercicios que se deben realizar en una pausa activa.

¿Le gustaría tener un producto audiovisual que ayudara a que las pausas activas fueran más dinámicas?

Sería muy interesante.

¿Cómo se lo imagina?

Podría ser una figura pública, que mediante un video explique los beneficios de las pausas activas y realice los ejemplos de los ejercicios que en ella se involucran.

CAPÍTULO IV

4. Desarrollando una idea para cultivar historias

Partiendo de los conceptos encontrados a lo largo de este trabajo, se pretende lograr un producto audiovisual denominado “*Una experiencia a través de tus sentidos*” que sirva como referente para cualquier tipo de organización en cuanto al manejo adecuado de las comunicaciones en pro de lograr una cultura de cuidado para el trabajador, donde éste realice las pausas activas de manera tal que no influya negativamente en su desempeño diario.

En el producto se ve reflejado el concepto de audiovisión mediante el uso de determinado tipo de imágenes relacionadas con el contexto en el cual se va a realizar la prueba piloto. Estas imágenes están acompañadas de un sonido representativo para el grupo objetivo, con el cual se pretende crear un condicionamiento que lo lleve a reaccionar ante la música y así realizar la pausa. El incentivo que se pretende usar es el protagonismo de un trabajador y su deseo a la hora de realizar una pausa activa.

El audiovisual será implementado en una organización de sector privado, cuyo negocio es la floricultura. La prueba piloto se llevará a cabo con un grupo seleccionado de trabajadores que realicen diferentes labores y después de esto se tomarán sus testimonios a través de un *focus group* para determinar si la actividad es efectiva o no.

4.1. Elite Flowers S.A.S. C.I.

Esta organización fue como una sociedad comercial con razón social de THE ELITE FLOWER LTDA. C.I. La empresa se inició con LA FINCA SANTA MARIA ubicada en la vereda el Corzo, kilómetro 31 vía Bogotá a Facatativá Cundinamarca.

Un año después por la excelente demanda del mercado, la empresa decidió ampliar su área de cultivo a cuatro hectáreas con la diversificación de sus siembras a rosas.

Durante la década de los 90's la organización fue adquiriendo más hectáreas conformadas por nuevas fincas y logró generar empleo a más de 700 personas, además de esto, extendió su mercado a Miami, New York, Suecia, Noruega, Alemania, Puerto Rico. Sus rosas y astromelias siguieron generando ingresos y en el año de 1999 adquirieron otra finca ubicada en Sindamanoy, donde generaron empleo a otras 24 personas.

En octubre 18 de 1.999 por unanimidad de los socios se acordó convertir a la sociedad en una comercializadora internacional, bajo la razón social THE ELITE FLOWER S.A.S. C. I. Para este mismo año, los directivos deciden ampliar su mercado e invierten en otra finca en Facatativá, donde ingresan nuevas plantaciones con productos como: delphinium, limonium, statice, fressia, aster, gerberas y solidago.

En cuanto al bienestar de los trabajadores la empresa propicia bienestar y desarrollo integral al trabajador para mejorar su calidad de vida y la de su familia, mediante el diseño, implementación, evaluación y seguimiento de programas de bienestar, capacitación y salud de acuerdo con las necesidades y características de la población. Dentro de los criterios de Desarrollo Sostenible, rentabilidad, y respuesta social.

En Noviembre del año 2007 se decide construir una poscosecha de rosas en el terreno EL MORADO, para iniciar funcionamiento el 15 de enero del 2008 y procesar el valentino de manera tal que en Santa María solo este la Poscosecha de Bouquet y Alstroemerias. Y la rosa se procese en las poscosechas de El Morado, Santa Tecla y Las Margaritas.

En Agosto de 2011, la Empresa cambia su razón social y pasa de ser una sociedad de responsabilidad Limitada a ser una Sociedad por Acciones Simplificadas.

Actualmente, la empresa cuenta 1.497 trabajadores vinculados directamente, con un área aproximada de 171,58 hectáreas en producción de Rosas, Alstroemerias, Gerberas y verdes; y con 5 estructuras de Poscosecha dedicadas al proceso de alistamiento de las exportaciones de Rosas y Bouquets.

4.1.1. Entrevista Andrea Sepúlveda

Empresa: Elite Flowers

Cargo: Salud ocupacional

Carrera: Jefe departamento de seguridad industrial

¿Por qué realizan pausas activas?

En este momento lo que estamos haciendo con respecto a las pausas activas, es debido a que la enfermedad profesional este en aumento, porque es una población de edad, una población que lleva demasiado trabajando en el sector, por ejemplo puede a ver niñas de 25 años pero llevan 7 años trabajando en el sector.

¿Qué tipo de enfermedades son las más comunes en el sector floricultor?

Las enfermedades más comunes son de miembros superiores, y vamos a hacer la pausa activa para minimizar el riesgo que hay con el movimiento repetitivo.

¿Quiénes son los encargados de liderar la implementación de pausas activas?

Hay dos personas del Sena creando esta cultura ya que el supervisor muchas veces no da el tiempo a los trabajadores de realizar la pausa, puesto que lo que interesa es solucionar la entrega de la producción. Por otro lado los empleados por cumplir el rendimiento no quieren realizar la pausa activa.

¿Cómo es el proceso de implementación de las pausas activas?

Se implementa la calistenia, donde a las 6:00 am que inicio la jornada debo realizar un calentamiento para prepararme para la actividad. El problema de la segunda pausa

activa en el día, es que se está realizando a la hora que en que llegan de almorzar por lo cual el descanso ya ha sido realizado y no genera el impacto que se desea.

En qué lugar se puede realizar la pausa activa teniendo en cuenta que se va a transmitir un video acompañado de audio, y después solo un audio

En cultivo no hay donde proyectar ni tenemos sonido hacia ellos, los chicos de entrenamiento del Sena llevan su propia grabadora. Donde queda más fácil realizar la pausa es en las post cosechas, porque ellos todo el tiempo están escuchando música.

4.2. Propuesta para Elite flowers: “Una experiencia a través de tus sentidos”

Concepto: Las pausas activas son cualquier actividad que cambia la rutina y logra ejercitar los músculos que más movimientos repetitivos tienen.

Desarrollo: A través de un Focus Group establecer los gustos y preferencias del empleado en cuanto a la realización de pausas activas. También se determinara la eficacia del producto y los comentarios que ayuden a su mejora.

Las ideas transmitidas por los trabajadores se convertirán en pequeñas historias donde ellos serán los protagonistas, el cual será acompañado por sonido emitido dos veces al día. Las historias que son plasmadas en el material hacen referencia a ejercicios que se deben realizar durante las pausas activas. Se tomarán dos conceptos claves:

- Estiramiento.
- Acondicionamiento físico.

La prueba piloto será implementada en una de las áreas que cuenta con el equipo necesario para reproducir el sonido: post cosecha. Cada uno de los empleados podrá reconocer el sonido que junto con la imagen, fue emitido en primera instancia durante

una presentación en el salón de capacitaciones o durante la presentación de la historieta y así podrá crear un referente frente al sonido emitido a futuro.

4.3. Primera Propuesta

A través de un audiovisual se presentará la historia de un trabajador que está pensando en cómo le gustaría realizar una pausa activa.

Tanto la imagen como el sonido son los conceptos que se abordaran durante la realización de un audiovisual que representara las ideas de pausa activa de una trabajadora del cultivo cuyo nombre es Leonor Gutiérrez, la cual será fotografiada en una día laboral normal, con el fin de cumplir dos objetivos, primero mostrar el cansancio de su rutina laboral y segundo lo que ella desearía hacer en su pausa activa.

4.4. Segunda Propuesta

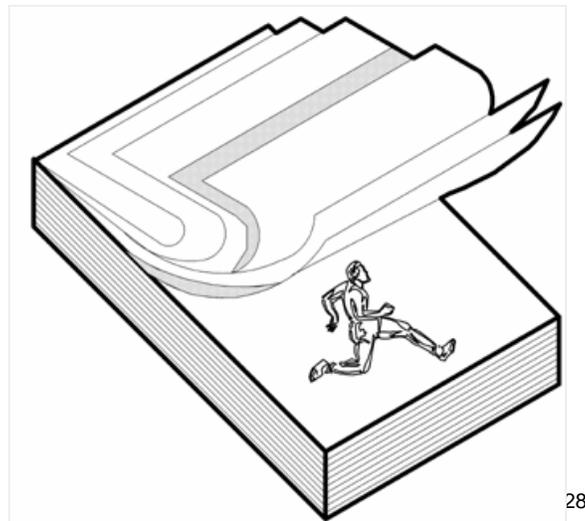
Para desarrollar una segunda alternativa en pro de la promoción e implementación de las pausas activas en las organizaciones, se tuvo en cuenta que no todas las empresas tienen la posibilidad de proyectar un video a los trabajadores, así que se pensó en un medio impreso que tuviera diagramada la historia presentada anteriormente en los story boards y que sea portable.

La idea de presentar un impreso y que los trabajadores puedan acudir a él durante el momento de realizar las pausas activas, este libro sería de un tamaño pequeño y presentaría las imágenes creando la ilusión de la animación, este tipo de impresos son conocidos como folioscopios o flipbooks, *“...una especie de librito compuesto por imágenes dibujadas o fotografiadas, que guardan una relación temporal entre sí cuando se abre con rapidez desde el borde”*. (Edukazine, crea tu folioscopio [consultado el 2 de enero de 2013], disponible en <http://edukazine.blogspot.com/2010/03/crea-tu-folioscopio.html>).

Estas historias mostrarán diferentes formas de realizar ejercicios que ayuden al estiramiento de los músculos y alejar la mente de la rutina laboral. Cada vez que se realice la pausa activa se emitirá un sonido con el cual ellos estarán familiarizados con anterioridad y sabrán que es el momento de parar las actividades laborales, sacar el libro y comenzar a visualizar los ejercicios en el Flipbook.

Al crear la ilusión de movimiento continuo donde se plasmen las ideas transmitidas por los trabajadores, se podrá generar la ilusión de que están siendo reproducidas y quienes tengan acceso a este material podrán generar recordación de las imágenes presentadas y asociarlas con la música que se emitirá durante el momento destinado para las pausas activas. Estas pequeñas historias, de las cuales ellos serán los protagonistas, les incentivarán a realizar los ejercicios asignados puesto que se verán reconocidos en ellas.

La forma de visualizar correctamente las imágenes del Flipbook fijar la vista en el mismo lugar de la imagen mientras se voltean las páginas con la suficiente velocidad para crear la ilusión. El libro debe también ser recorrido con suficiente velocidad para que se cree la ilusión de movimiento.



²⁸ <http://edukazine.blogspot.com/2010/03/crea-tu-folioscopio.html>

A continuación se relacionarán dos historias creadas a partir de los imaginarios de dos trabajadores de un cultivo:

4.5. Guión 1.

Escena	Plano	Imagen	Sonido	Tiempo parcial	Tiempo total
1.	Plano general	Reproducción de texto: Una experiencia a través de tus sentidos en stop motion. Fondo negro.	Música andina.	25 seg.	30 seg.
2.	Primer plano	Café cayendo en el recipiente de la cafetera. 	Música andina.	3 seg.	33 seg.
3.	Plano general Angulación Picado	Trabajadores en cultivo. 	Música andina.	3 seg.	36 seg.
4.	Zoom In Plano medio. Angulación Normal.	Mujer limpiando sudor de su frente.	Música andina.	5 seg.	41seg.

					
5.	Primer plano. Angulación Normal	Ojos de floricultora. 	Música andina.	5 seg.	46 seg.
6.	Primer primerísimo plano Angulación Normal	Pupila De floricultora. 	Música andina.	2 seg.	48 seg.
7.		Fondo Negro.	Música andina.		
8.	Primer Plano Angulación: Picado	Gotas de café cayendo en pocillo. 	Música andina.	2 seg.	50 seg.
9.	Primer plano Angulación Picado	Gotas de café cayendo en pocillo lleno.	Música andina.	2 seg.	52 seg.

					
10.	Primer plano Angulación: Normal	Aroma de café seduciendo a floricultura primer plano de cara. 	Música andina.	2 seg.	54 seg.
11.	Plano medio Angulación: Normal	Braza de floricultora estirándose para seguir el aroma de café. 	Música andina.	2 seg.	56 seg.
12.	Primer plano Angulación	Braza tratando de alcanzar la taza de café.	Música andina.	1 seg.	57 seg.

	media				
13.	Primer plano Angulación normal	Una nueva mano levanta taza de café. 	Música andina.	2 seg.	59 seg.
14.	Plano de Busto Angulación: Contrapicado	Floricultura con expresión de desconcierto y aroma saliendo desde la parte superior derecha volviéndola a seducir. 	Música andina.	1 seg.	60 seg.
15.	Plano medio Angulación: Contrapicado	Imagen de Floricultora observando aroma que viene desde arriba y visualiza el café.	Música andina.	1 seg.	1:01 min.

					
16.	Plano general Angulación contrapicado	Floricultora empujándose y estirando sus brazos para tratar de alcanzar el café. 	Música andina.	3 seg.	1:04 min.
17.	Primer plano Angulación: Normal	Manos floricultora con la tasa de café en sus manos. 	Música andina.	2 seg.	1:06 min.

18.	Plano busto Angulación normal	Floricultora finalmente tomando café con sus ojos cerrados teniendo una actitud de satisfacción.	Música andina.	4 seg.	1:10 min.
					

4.5.1. Guión 2.

Escena	Plano	Imagen	Sonido	Tiempo parcial	Tiempo total
1.	Plano general.	Reproducción de texto: Una experiencia a través de tus sentidos en stop motion. Fondo negro.	Música llanera.	25 seg.	25 seg.
2.	Plano General Angulación normal	Floricultor Agachado Mirando hacia la tierra sembrando flores. 	Sonido ambiente	3 seg.	28 seg.
3.	Plano medio Angulación	Floricultor levanta su mirada para realizar un paneo.	Sonido ambiente	3 seg.	31 seg.

²⁹ <http://imagenagropecuaria.com/images/upload/floricultor.jpg>

	Picado	 ³⁰			
4.	Cámara Subjetiva	Se muestra que observo el floricultor en el paneo anterior, Donde se visualiza un estadio lleno de personas animando al floricultor.  ³¹	Sonido Ambiente estadio personas gritando	4 seg.	35 seg.
5.	Plano general Angulación normal	Floricultor vestido de futbolista comenzando su calentamiento para el partido. Trotando  ³²	Sonido de competencia	3 seg.	38 seg.
6.	Plano general Angulación normal	Floricultor realizando flexión de rodilla izquierda con inclinación y estiramiento de rodilla derecha.	Por definir.	3 seg.	41 seg.

³⁰ http://www.la-razon.com/suplementos/especiales/Cultivo-floricultor-Bella-Vista-exportacion_LRZIMA20120912_0076_4.jpg

³¹ http://www.my-abc.net/imagenes/articulos/estadio_azteca1.jpg

³² <http://www.futbol-tactico.com/thumb.php?file=/data/edicion/futbol/4/es/articulo/art-1185489608.jpg&x=350&y=280>

		 33			
7.	Plano general Angulación normal (contrapicado).	Floricultor moviendo sus brazos energicamente mientras corre detrás del balón.  34	Por definir.	3 seg.	44 seg.
8.	Plano medio Angulación normal.	Floricultor pega al balón.  35	Por definir.	3 seg.	47 seg.
9.	Plano general Angulación normal	El balón pega en el arco y se devuelve hacia el floricultor (Stop motion).	Por definir.	3 seg.	50 seg.

³³ http://www.cosasdefutbol.es/images/calentamiento_futbol.jpg

³⁴ http://www.resultados-futbol.com/jugadores-holanda-calentamiento-sesion-entrenamiento-futbol-estadio-princesa-magogo-municipio-kwamashu-durban-rf_175147.jpg

³⁵ http://www.comunidadcopacocacola.es/media/galeria/13534/8/3/6/9/n_copa_coca_cola_barcelona-3969638.jpg

		 36			
10.	Primer plano Angulación normal	Cabeza de floricultor moviéndose hacia atrás para pegarle un cabezazo al balón.  37	Por definir.	5 seg.	55 seg.
11.	Plano general Angulación normal	Balón entra en el arco para ir fondo negro.  38	Por definir.	2 seg.	57 seg.

³⁶

http://lh4.ggpht.com/dkgqFs0GHSM/T56_dH09HCI/AAAAAARDA/mtLmn0mRcP0/balon%252520hacia%252520el%252520arco%252520de%252520reu%25255B4%25255D.jpg

³⁷ http://cachoforever.files.wordpress.com/2010/10/cabezazo_si.jpg

³⁸ <http://manchandolapelota.com.ar/wp-content/uploads/2009/09/arco-pelota-no-publicada.jpg>

Capítulo V

5. La aplicación del concepto

5.1. Prueba piloto

A partir de los objetivos planteados durante este proyecto, se realizó un producto audiovisual basado en una historia contada por y para los trabajadores del cultivo, como se presentó en el guión número uno del capítulo anterior. Este producto fue pensado para una organización del sector privado dedicado a la floricultura: Elite Flowers S.A.S. ya que el ambiente en los cultivos exige actividad física por parte de la mayoría de trabajadores e inevitablemente debe tener contemplado un plan de actividades de promoción y prevención de riesgo y por lo tanto un programa de pausas activas y acondicionamiento físico con el fin de prevenir y disminuir la cantidad de enfermedades laborales.

Para iniciar la implementación de una solución que gira en torno al área de comunicaciones y salud ocupacional, fue necesario realizar una visita donde se destacaron los puntos claves del programa de pausas activas y se inspeccionó el lugar para saber en qué espacio era posible realizar la prueba piloto. El gerente de Gestión Humana: Manuel Morales, inició el proceso de contextualización a través de una breve explicación del negocio, su estructura organizacional y un recorrido por los cultivos. A través de este recorrido se pudo entender el contexto y la cultura que tienen la mayoría de los trabajadores para así verificar si la idea estaba direccionada apropiadamente.

Una vez culminado el recorrido y contextualización, se realizó la presentación de los objetivos del producto *“Una experiencia a través de tus sentidos”* ante Andrea Sepúlveda, la Jefe del Departamento de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional del cultivo con el fin de explicar los puntos clave del proyecto y convencerlos de que sería

una experiencia que les permitiría atraer a su público y lograr que realizaran las pausas activas de una manera menos obligatoria y más consciente.

Mediante la sesión de explicación de objetivos, se determinó que la población que más posibilidades tendría de implementar la solución de comunicación sería el área de post cosecha, ya que contaban con amplificadores y tenían la posibilidad de reproducir el sonido en cualquier momento.

Una semana más tarde se presentó el audiovisual a 20 trabajadores aproximadamente, se realizó una breve introducción donde se explicaban los objetivos del producto y la dinámica de la sesión. Este grupo estaba conformado por mujeres que padecían de algún tipo de enfermedad osteomuscular o relacionada con sus articulaciones, por esta razón se tenía una mayor disposición a aprender y generar ideas de lo que puede ser una pausa activa y sus beneficios.

A continuación se desarrollan los momentos clave de la prueba piloto:

1. Primero se contextualizo a los participantes de la prueba piloto, se explicó de donde veníamos, porque queríamos desarrollar el producto, el concepto de pausas activas y el concepto de audiovisión.
2. Después colocamos el Audiovisual de pausas activas en el cual se encontraba como protagonista una de las empleadas que desafortunadamente no pudo asistir a la prueba. El sonido que se escogió para el video fue música andina, debido a que es un género Colombiano y el cual no tienen la costumbre de escuchar en sus horas laborales y así poder crear el condicionamiento al escucharlo de realizar las pausas activas.
3. En el tercer paso después de transmitir dos veces el video se explicó con claridad el concepto que se había usado para su producción, el cual era utilizar el protagonismo de una compañera de ellas, mostrando lo extenuante de la

jornada laboral y lo que ella desearía hacer en su pausa activa. En esta etapa se jugó con el imaginario de la persona y se mezcló con movimientos necesarios para el acondicionamiento del cuerpo.

4. En el cuarto paso se realizó un momento para responder preguntas, recibir sugerencias de mejora y escuchar lo que pensaban del producto, para así poder determinar su funcionamiento en esta área laboral.

5.2. Conclusiones

- Los comunicadores sociales tienen como deber velar por mantener a los trabajadores informados de las actividades que se realizan en pro de su bienestar, pero más que ello, están encargados de detectar los procesos que se pueden mejorar para así desarrollar estrategias innovadoras que optimicen dichos procesos.
- La actitud de los trabajadores frente a la implementación de un nuevo medio para cumplir con el requisito de pausas activas es positiva, tienen disposición e interés de realizar los ejercicios mediante un método diferente e incluyente.
- El audiovisual requiere incluir una serie de ejercicios que permitan estirar las extremidades con las que trabaja el personal durante toda su jornada laboral. Para la ejecución de estos ejercicios es necesario contar con el apoyo y experiencia de los practicantes del SENA, cuyo énfasis es acondicionamiento físico y salud ocupacional.
- El concepto de audiovisión es bien recibido por el personal operativo, y en cuanto a términos de productividad sus líderes están de acuerdo con que éste método que les indique el momento de realizar la pausa activa.

- La propuesta visual tendrá que implementarse a partir de los nuevos ingresos en el momento de la capacitación, ya que los trabajadores que se encuentran en los cultivos y el área de post cosecha deben evitar desplazarse, para continuar con los parámetros de productividad.
- Gracias a la experiencia vivida a través de la prueba piloto, se puede determinar que la mejor manera de transmitir una idea de pausas activas utilizando los sentidos en el personal de cultivo y post cosecha es el audio ya que necesitan pasar el mayor tiempo posible en su espacio de trabajo para completar los requisitos diarios.
- El audio debe representar a la población que se está tratando de caracterizar para generar un acercamiento a su cultura y debe romper con la rutina de sonidos. En cuanto a la experiencia con el grupo de trabajadores, funcionó perfectamente ya que la música pertenecía al contexto Colombiano y rompía con la rutina de lo que escuchan diariamente.
- Tras realizar la prueba piloto se concluyó que el mejor medio para realizar las pausas activas es con la emisión de música que los remita al momento de realizar el ejercicio que se necesite implementar durante la pausa.
- El comunicador social debe tener la capacidad de realizar un diagnóstico que proporcione los parámetros y contextualización de los trabajadores en la organización para que así se logren implementar medidas innovadoras acorde a las necesidades de la misma.
- La comunicación interna debe cumplir con la promoción de métodos innovadores para romper con el estigma que se tiene de ciertas actividades como las pausas activas.
- La estrategia propuesta frente a la realización de pausas activas es una forma de demostrar como comunicadoras se pueden plantear diferentes medios que

ayuden a dinamizar las actividades esenciales para un desempeño laboral satisfactorio.

- El video de pausas activas es una muestra de cómo la percepción y la aceptación de las personas cambia cuando se les muestra información de manera diferente. De esta forma nosotras como comunicadoras encontramos una oportunidad en un problema evidente en las organizaciones.

6. Referencias Bibliográficas

Damasio, A. (2000). *Sentir lo que sucede: cuerpo y emoción en la fábrica de la consciencia*. Santiago de Chile: Editorial Andrés Bello.

Eliezer, B (1997) *El saber y los sentidos*
México: Editorial: La ciencia para todos

Domínguez Gutiérrez, S. *Las representaciones sociales en los procesos de comunicación de la ciencia*
Recuperado de: <http://www.oei.es/memoriasctsi/mesa5/m05p21.pdf>

Aumont, J. (1992) *La imagen*
España: Editorial Paidós Ibérica S.A.

Arnheim, R. (2007) *Filosofía de la imagen; lenguaje, imagen y representación*.
España: Editorial Espiral.

García Jiménez, J. (1995) *La imagen narrativa*
España: Editorial Thomson Paraninfo S.A.

Lucio Mera, E. (2005) *“Presentaciones e Imagen, un recurso estratégico para la venta”*
España: Editorial Ideas propias publicidad.

Ariza, J. (2003) *Las imágenes del sonido: una lectura pluridimensional en el arte del siglo XX*
España: Editorial Universidad de Castilla – La Mancha

García Jiménez, J. (1995) *La imagen narrativa*
España: Editorial Thomson Paraninfo S.A.

Lopez Roman, A. (2008) *El lenguaje musivisual: semiótica y estética de la música cinematográfica*.

España: Editorial Visión libros

Planas Fernández, A. (2005) *Así se habla. Nociones fundamentales de fonética general y española. Apuntes de Catalán, Gallego y Euskara*.

Barcelona: Editorial Horsori Editorial

Gumiel, S. (2008) *Producción y percepción del sonido humano*.

Recuperado de: <http://silviagumiel.pbworks.com/f/Tema+8.pdf>

Berger, J. (1974) *Modos de ver*.

Londres: Editorial Gustavo Gili

Chion, M. (1993) *La audiovisión*.

Paris: Editorial Paidós

Valle, M. (2010) *La Comunicación organizacional de cara al siglo XXI. Razón y Palabra*.

32. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/mvalle.html>

Miyara, F. (2001) *El sonido, la música y el ruido. Revista Tecnopólitán*. Marzo-Abril.

Recuperado de: <http://www.fceia.unr.edu.ar/acustica/biblio/sonmurui.pdf>

Lamb, T. (2011) *La evolución del ojo. Investigación y ciencia*.420.

Recuperado de: <http://www.investigacionyciencia.es/investigacion-y-ciencia/numeros/2011/9/la-evolucion-del-ojo-9122>

Rodríguez, G. (2011) *Comunicación organizacional*.

Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/51661855/LA-COMUNICACION-ORGANIZACIONAL>

Español internacional

Recuperado de: <http://espanolinternacional.blogspot.com/2008/03/la-musica.html>

Definición ABC

Recuperado de: <http://www.definicionabc.com/audio/melodia.php>

Definición. De

Recuperado de: <http://definicion.de/?s=escuchar>