

Análisis de las competencias comunicacionales del líder social Alberto Linero y el líder político

Sergio Fajardo

Elaborado por:

María Isabel Ortiz Bustamante

Trabajo de grado

Sub línea de investigación: Imagen, representación e identidad

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Seccional Bello

2019

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo identificar las competencias comunicativas de un líder a partir del análisis del discurso de dos líderes colombianos, el exsacerdote Alberto Linero, y el exgobernador de Antioquia y excandidato presidencial, Sergio Fajardo. Se empleó el Análisis Crítico del Discurso como abordaje metodológico y se analizaron las competencias comunicativas de cada uno, por medio de una observación a profundidad de dos videos, en los cuales ambos personajes realizan unas presentaciones públicas. En ambos vídeos los líderes cuentan con una cantidad relevante de público.

Dicha investigación cuenta con un enfoque cualitativo y un método inductivo, los cuales permitieron una investigación profunda a partir de la observación, que en este caso es de dos vídeos tomados de la red social Youtube. Al igual es un estudio descriptivo, en el cual se definen y como su nombre lo indica se describen cada una de las cualidades que tienen los personajes cuando se desenvuelven como líderes, dicho estudio también permite la comparación de ambas figuras en el mismo contexto del liderazgo.

El estudio se desarrolla en base a dos tipos de liderazgo, liderazgo político y liderazgo social con Sergio Fajardo y Alberto Linero respectivamente. El primero, es decir, el político se define como “la capacidad de influir en los actos de los demás, hacerlos parte de la decisión, la ejecución y los resultados” Vicente (2018). El social es aquel que se basa en “la defensa de principios fundamentales y de valores que orientan e impregnan no solo las acciones individuales sino también a toda la organización” Lozano (2013, p.1).

Los hallazgos confirman los postulados de los teóricos Van Dijk, Dell Hymes, Reyzábal, Barroso entre otros, sobre las condiciones que los líderes sociales y políticos deben tener para una exitosa comunicación verbal y física e impactar a sus grupos de interés.

Palabras claves: Competencia comunicativa, líder social, líder político, contenido multimedia.

INTRODUCCIÓN

El liderazgo ha estado en las sociedades desde sus inicios, ya que siempre ha existido la necesidad de que alguien guíe o dirija a los diferentes grupos de personas. Este a través de la historia se ha ido transformando y ha creado un sinnúmero de significados que se van acomodando a cada una de las necesidades de las personas y de los diferentes grupos. Actualmente se pueden reconocer varios tipos de liderazgo como por ejemplo el liderazgo político, social, carismático, religioso, transformador, gerencial entre otros.

Para ejercer el liderazgo hay que tener unas características básicas que permitirán el cumplimiento eficaz de los objetivos de un líder, entre esas está la buena comunicación verbal, la escucha, el orden, la persuasión, la adaptación al cambio, el respeto, la ayuda, la perseverancia y demás. Por lo anterior es de suma importancia tomar temas como el liderazgo para analizar y discutirlos, ésta tesis basará sus estudios en el liderazgo que ejercen los personajes Sergio Fajardo y Alberto Linero.

Sergio Fajardo es un matemático de la Universidad de los Andes, periodista y líder político. Se ha destacado principalmente en lo que confiere a la política antioqueña, ya que ha sido Alcalde de la ciudad de Medellín en periodo 2004-2007 fue Gobernador de Antioquia en el periodo

2012-2015. Por último fue candidato a la Presidencia de Colombia por la Coalición Colombia en las elecciones de 2018.

Alberto Linero fue un sacerdote católico que perteneció a la comunidad de los padres Eudistas. Se destacó como líder religioso durante 25 años, el 5 de septiembre de 2018 anunció su salida del ámbito eclesiástico; y actualmente se desenvuelve en el periodismo, la escritura y como conferencista. Durante sus años de sacerdocio fue reconocido como el cura con más impacto y seguidores en las redes sociales y medios colombianos, ya que en Twitter por ejemplo cuenta con tres millones de seguidores y en Facebook con un poco más de un millón.

A partir de lo anterior se considera importante investigar el tema del liderazgo en base a estos dos personajes, Fajardo y Linero, ya que son relativamente conocidos y ambos cuentan con un alto nivel de seguidores aun siendo de diferentes contextos sociales. Además de ello los dos son claros ejemplos del liderazgo porque ambos se han destacado en el tema y esto permite un estudio profundo del mismo con conclusiones muy eficaces.

Planteamiento del problema

En la actualidad las personas están permeadas por los contenidos de los medios de comunicación que están siendo utilizados para el desarrollo y transformación de las nuevas generaciones, construyendo así profesionales con ideales basados en personas o publicaciones hechas en los mismos. La educación en colegios y universidades va más allá de una clase presencial, porque estamos en la era del internet donde cualquier persona con acceso a una red puede crear, compartir y consumir cualquier tipo de contenido y es a partir de este contenido que se informan y construyen muchas ideas en las nuevas generaciones, por ello es importante destacar a los líderes actuales.

La Real Academia Española (RAE) define un líder como una “persona que dirige o conduce un grupo social o u otra colectividad”. Aunque en la historia se habla de líderes sociales, personas que dirigen Estados o defienden creencias, en los medios de comunicación, especialmente en las redes sociales, se pueden identificar una serie de líderes que a partir de una creencia o con un propósito empiezan a generar contenido con la intención de crear movilización y participación a aquellas personas que los siguen. Es muy común encontrar que un personaje reconocido a nivel nacional o mundial genere procesos de cambio social, de participación o simplemente publicidad a alguna marca de productos.

Entre los componentes más importantes para que haya un liderazgo efectivo están las competencias comunicativas que los líderes deben tener. Este es un tema que se debe investigar ya que al igual que el liderazgo está siendo tratado en muchos ámbitos sociales y comprende además muchas necesidades del ser humano para su desarrollo como persona.

(...) desde los años sesenta del siglo pasado, la noción de competencias está de moda en el mundo del trabajo y de la formación, si bien la lógica de las competencias ha invadido el campo de la educación más recientemente, en la última década.[...] El término de competencia [...] equivale a otros, tales como capacidad, atributo, habilidad, destreza (...) (Álvarez, 2010, pp. 34-35)

En éste caso surge la pregunta sobre las competencias comunicativas y el discurso de dos destacados líderes colombianos, Sergio Fajardo y Alberto Linero, ambos son reconocidos a nivel nacional pero se desarrollan en dos contextos diferentes. Fajardo en la política y Linero en lo religioso-social. Es importante comentar que los dos tiene una gran cantidad de seguidores en sus redes sociales y que es principalmente por estas donde exponen sus ideales y pensamientos.

La línea de investigación de la presente monografía es Comunicación para el Desarrollo, en la cual se va a desplegar la sublínea de periodismo ciudadano, de las cuales se apega a las

siguientes temáticas: Apropiación de TIC, ciudadanía y desarrollo social. Se toma dicha temática ya que la investigación está basada en dos vídeos que son tomados de la red Social Youtube que serán analizados de forma profunda. Para hablar de ciudadanía y desarrollo social se hará el respectivo análisis del discurso mostrado en los videos de los personajes ya mencionados.

Justificación

El liderazgo ha sido tema de interés a nivel mundial, generando amplios significados sobre el término y permitiendo considerar como líderes a personas de toda índole, que a partir de su quehacer diario generan un modelo a seguir y además comienzan a tener un reconocimiento por muchas más personas. Es importante hablar de liderazgo porque son con los líderes con quienes crecen, se desarrollan y de una u otra manera son influenciadas todas las generaciones. Se puede identificar como muchas de las actitudes y acciones realizadas por distintos grupos de personas van encaminadas a lo que en algún momento un líder expresó, realizó o simplemente sugiero que se hiciera.

Las competencias comunicacionales son principalmente la forma correcta de comunicar la información teniendo en cuenta las expresiones corporales, las palabras a usar y el tema del que se va hablar. Es fundamental y necesario empezar a analizar cuáles de estos aspectos comunicacionales son usados por los líderes que hay en los medios.

Por otro lado, es importante que después de haber sido conocidas las competencias comunicacionales del líder se haga una breve investigación de qué pasa después de que estos mensajes llegan a sus seguidores, cómo actúan ellos frente al tema, qué hacen con el mensaje, si lo transmiten y si causa algún efecto en su quehacer, ya que a partir de las publicaciones e importancia que le da el líder a ciertos temas las personas reaccionan e inician una etapa donde se puede identificar si la publicación o mensaje cumplió con el objetivo.

Objetivo general

interpretar las competencias comunicativas del líder social Alberto Linero y del líder político Sergio Fajardo.

Objetivos específicos

1. Identificar las competencias comunicativas de los líderes Alberto Linero y Sergio Fajardo.
2. Describir las competencias comunicativas de los líderes estudiados.
3. Caracterizar cuáles son las competencias comunicativas de un líder, haciendo énfasis en el liderazgo social y el liderazgo político.

Marco referencial

Antecedentes históricos

El liderazgo inicia junto a las necesidades del hombre ya que “el liderazgo es el proceso por el cual una persona tiene la capacidad para influir y motivar a sus seguidores” Castro (2006, p. 89) de modo que contribuyan al logro de los objetivos establecidos Desde el momento en que se crea el hombre éste viene influyendo en todo aquello que hay a su alrededor para su desarrollo y beneficio. “El concepto de liderazgo implica un ejercicio de influencia de unos individuos sobre otros en la búsqueda de un determinado objetivo” Ramírez; Torres & Piñeros (2016). Desde la historia se puede identificar como ha habido líderes que para lograr un objetivo mueven masas y generan creencias y perspectivas que sean posibles de seguir por las demás personas.

A través del tiempo se han creado varios modelos de liderazgo que se han ido desarrollando a medida que van surgiendo las necesidades en las personas, organizaciones, grupos, sociedades o Estados. A los investigadores Tannenbaum y Schmidt (1958) se les atribuye el primer modelo sobre liderazgo. Ellos caracterizaron el liderazgo como continuo, es decir, desde la preocupación del líder en sus subordinados hasta el liderazgo centrado en los intereses del gerente. Es a partir de ellos que se empezaron a conceptualizar nuevos modelos y tipos de liderazgo.

Como se dijo anteriormente el liderazgo surge en cuanto surgen las necesidades del hombre, se considera que las competencias comunicativas nacen al tiempo con éste, ya que son necesarias para poder obtener un liderazgo convincente y que se puedan cumplir los objetivos propuestos para persuadir, además de que las competencias comunicativas provienen de habilidades para analizar, gestionar, crear y hacer múltiples actividades que han estado en las sociedades desde sus primeros tiempos.

Marco investigativo

Durante los últimos cinco años se ha venido investigando sobre las competencias comunicativas o comunicacionales desde aspectos culturales, políticos y sociales. No se encuentran investigaciones hechas a las competencias comunicativas a un líder o un líder específico, siempre está relacionado con un tema en general.

Se encuentra una investigación donde se habla de Competencia Comunicativa Intercultural (CCI) en Chile donde nos la definen como:

La CCI implica la capacidad de interactuar de manera apropiada y efectiva con personas de otras sociedades y culturas. La interacción incluye tanto el comportamiento como la comunicación. En forma más precisa, la competencia comunicativa intercultural se relaciona generalmente con cuatro dimensiones: conocimientos, actitudes, habilidades y comportamientos. (Quintriqueo, Sanhueza, Torres y Friz, 2017, p.240)

Exponiéndola desde el ámbito de la formación docente y haciendo un paralelo sobre la competencia comunicativa intercultural del lugar y de otros países es importante hacer un análisis donde se demuestre que los docentes pueden ser relacionados como líderes educativos, dándonos otra semejanza de dicha investigación con la presente investigación.

En el texto “competencia comunicativa y nuevas fórmulas docentes: la emergencia de nuevos modelos de comunicación didáctica” el autor Cardoso (2011) expone que

El modelo relacional de la competencia comunicativa didáctica que se presenta es un modelo integral, basado en los principios teóricos de la relación que busca integrar los componentes claves de la comunicación con un proceso dinámico. Sin embargo, debido a que el modelo incorpora una gran cantidad de variables, se pone un reto con respecto a los medios para medir la competencia en el ámbito de la relación. (Cardozo, 2011, p.1291)

En este orden de ideas podemos asociar a los medios de comunicación con el liderazgo para los fines de nuestra investigación, ya que son los medios de comunicación que lideran las sociedades actuales. Actualmente los medios de comunicación tienen una alta credibilidad a nivel mundial,

influyendo de manera positiva o negativa a las sociedades, creando diariamente objetivos en los cuales puedan movilizar masas, lo cual los hace líderes en potencia.

Desde el liderazgo se puede tomar la tesis de Colorado (2018) que define dicha categoría como

Una competencia necesaria o por lo menos deseable en los colaboradores que se integran a los equipos de trabajo en las organizaciones, de los que se espera las competencias y habilidades necesarias para el desempeño de oficios específicos como el mantenimiento, el diseño, la gestión y el control de procesos entre otros. (Colorado, 2018, p.8)

Por otro lado se tomará la tesis de Colmenares (2015) en la cual tiene como objetivo principal “determinar las tendencias del liderazgo en función de la brecha generacional existente en las organizaciones, a fin de estructurar una recopilación de tendencias teóricas de los autores más relevantes en cuanto a las mejores prácticas en gestión de generaciones en ambientes organizacionales” (p.8) Aunque nos habla de liderazgo organizacional, sirve como base para esta investigación ya que brinda información teórica pertinente en temas de liderazgo.

Marco teórico

Dado que la mirada central de la tesis son las competencias comunicativas de un líder, los autores en los que se sustentan son aquellos que definen estas variables con más claridad y más aceptados en la actualidad. Las variables a definir de manera individual son líder, liderazgo, competencia comunicativa y análisis de discurso.

Primero es importante recalcar el papel del liderazgo en esta investigación, ya que es un tema que ha sido tratado durante años y el cual ha intervenido en el desarrollo tanto de las comunidades como de la sociedad en general, ya que siempre se ha necesitado de un liderazgo

para poder encaminar cada uno de los objetivos que se quieren cumplir tanto para los estados como para las pequeñas y medianas comunidades que se encuentran en todo el mundo.

En el mundo el liderazgo es un tema que es importante y que ha actualmente tiene una gran acogida, incluso se habla de “países líderes”, por ello vale decir que es un tema que trasciende fronteras y que a medida que vaya cambiando la sociedad, el liderazgo y los líderes se van a ir transformando junto con ella.

En los análisis más recientes sobre liderazgo se haya que los autores hablan de un personaje líder en sí y de sus simpatizantes, o del significado de la palabra liderazgo, así que para hablar de dicho tema se tomarán varios autores que se encontrarán citados durante toda la tesis. “En un principio las investigaciones del liderazgo eran realizadas desde una perspectiva individual. Sin embargo, en el presente, el estudio del liderazgo se enfoca no solo en el líder, sino también en los seguidores, entorno, cultura y contexto” (Aguirre, Serrano, Sotomayo, 2017, p.188). De tal forma se debe aclarar que en el marco teórico se toman los conceptos por separados ya que es difícil encontrar investigaciones que hablen de ambos temas a la vez. Es decir que por otro lado se debe tomar el significado y las investigaciones que se han hecho del segundo concepto que en este caso es ‘competencia comunicativa’, aunque los hallazgos han sido pocos, se tomaran autores que definan con claridad el tema.

El liderazgo ha estado en las sociedades durante años, aunque el significado se ha ido transformando al pasar de los tiempos y con el desarrollo de las sociedades se puede decir que un líder siempre ha sido aquel capaz de lograr objetivos propuestos, con ayuda de las competencias comunicativas que hacen a cada persona. Para Barroso y Salazar (2010) el liderazgo:

Es una condición humana básica y global, pues desde los inicios del ser humano donde ya vivían en sociedad han existido líderes que han guiado a los demás, de tal manera que a medida que la sociedad ha ido evolucionando, el liderazgo también se ha transformado. (Barroso y Salazar, 2010, p.136)

Una persona líder es aquella que a partir de sus capacidades puede convencer, dirigir y encaminar proyectos y metas para cumplir objetivos y para ello se guiará esta monografía desde la perspectiva de Hugles, Ginnet y Curphy (2007) ya que exponen que “en la actualidad está comprobado que el liderazgo se forma por una serie de habilidades que se adquieren con el aprendizaje. Debido a esto en los últimos años se han estado generando ofertas para el desarrollo de esta competencia”.

Los autores principales de liderazgo usados en dicha tesis, Barroso y Salazar (2010) comentan que “para que el liderazgo sea eficaz, debe ser transformador y moral, soportado en valores orientados hacia el bien común, cuya meta principal es la transformación personal, el florecimiento de las relaciones interpersonales y aportar con la transformación de la sociedad” (p.69). Por consiguiente se puede asumir que gran parte de los líderes actuales dejan huella a partir de sus principios y convicciones, lo que le permite a sus seguidores una transformación sea desde el ser o el pensar de cada uno de ellos.

Del mismo modo, se haya un autor que para el mundo político y social se ha vuelto popular con su libro “Las 21 Leyes Irrefutables del Liderazgo” y cuyo aporte es muy significativo en esta investigación ya que trata de fondo el tema del liderazgo y las características del mismo. “En mi opinión, este libro es un clásico. Lo considero así porque está basado en leyes o principios universales del liderazgo que no caducan. Estoy seguro de que una persona que domine estas 21 leyes del liderazgo tendrá éxito hoy igualmente que una persona que los aplique en 100 años”

(Manzanilla, 2013, p.1). Por otra parte dicho libro usa vocabulario simple donde cualquier persona que quiera seguir las leyes comprenderá muy fácilmente lo que allí se expone. Maxwell (2007) considera que “las leyes pueden ser aprendidas. Algunas son más fáciles de entender y aplicar que otras, pero cada una de ellas puede ser adquirida” (p.22)

También es relevante este autor desde cada ley o consejo que entrega, pues permite que sean tomados y asociados al análisis que se les hará a los dos líderes ya mencionados, es decir permite observar si cualquiera de ellos toma algo de lo escrito en dicho libro e igualmente comprender que el liderazgo va más allá de la simpleza de decretar, determinar u ordenar. “Las personas de éxito, instintivamente, comprenden que el enfoque es algo importante para llegar a la meta, pero el liderazgo es muy complejo” (Maxwell, 2007. p.20).

Igualmente para hablar de liderazgo y de líderes es importante reconocer el papel del grupo de trabajo de cada uno de ellos, puesto que gracias a ellos los líderes pueden ser nombrados como tal y además son los principales autores de que sus propósitos se cumplan. Por ende se toma a Aguirre, Serrano, Sotomayor (2017) que habla sobre el tema e indica: “El liderazgo es el proceso de lograr influir sobre los demás con trabajo en equipo, con el propósito de que trabajen con entusiasmo en el logro de sus objetivos” (p.188), permitiendo ser tomados como referencia en esta investigación.

También es importante mencionar todas aquellas percepciones o conceptos que se tienen de un líder dependiendo de su contexto, por ejemplo para Castro “la población civil en puestos de responsabilidad considera que el líder tiene poder y autoridad reconocidos y que sabe conducir un grupo hacia una meta específica” (2006, p. 90). Por ende se considera que la definición de líder puede variar según el lugar, las creencias y los hechos en los que se desarrollan.

Por otro lado se toma el tema desde las competencias comunicativas, en este sentido el teórico Dell Hymes genera una relación desde la perspectiva de hablante y oyente y cómo es la actuación de ese hablante, en esta instancia el hablante se toma como un líder, el cual puede influir en las sociedades. Se puede decir que las competencias comunicativas hacen parte de la vida de todas las personas y que se van aprendiendo con el tiempo y con la cultura en la cual las personas se desenvuelven, pero de igual modo se puede decir que dichas competencias ya van más allá del componente común de hablar y expresar. Dell Hymes (1971) define competencia comunicativa como:

Una capacidad que comprende no sólo la habilidad lingüística, gramatical, de producir frases bien construidas y de saber interpretar y emitir juicios sobre frases producidas por el hablante oyente o por otros, sino que, necesariamente, constará, por un lado, de una serie de habilidades extralingüísticas interrelacionadas, sociales y semióticas, y por el otro, de una habilidad lingüística polifacética y multiforme (Hymes, 1971. p.327).

Como se expone anteriormente, es muy significativo que los líderes cuenten con dichas competencias comunicativas, porque éstas no solo abarcan el hecho de la expresión oral sino también varios temas como lo son la personalidad, la corporalidad y el carácter en el momento de ejercer su labor. Vale la pena recordar que el liderazgo como se había citado anteriormente es también un trabajo de equipo y para que la persona representativa cumpla bien con sus funciones, el equipo de trabajo también debe contar con el conocimiento y manejo de dichas competencias comunicativas.

A partir de ello también es necesario comprender que las competencias comunicativas son un grupo de habilidades que con el tiempo se van moldeando según las necesidades de cada persona y que a partir de la formación de esto se generan nuevas capacidades. Para Victoria Reyzábal (2016) la competencia comunicativa:

Se basa en la experiencia grupal y en las emociones, necesidades y motivaciones del propio sujeto; por ello, requiere un cúmulo de destrezas extralingüísticas relacionadas entre sí, pues conlleva saber en cada momento cómo comunicarse, con qué lenguaje, código o registro; incluso saber cuándo callar en nuestros intentos por entablar contacto con los demás, exige dominio tanto de normas (por ejemplo, las de cortesía), actitudes y valores como destrezas y habilidades o conocimientos formales (Reyzábal, 2016, p.68)

Continuando con la categoría anterior, competencias puede relacionarse a muchos temas como son: pragmáticos, lingüísticos, textuales, cognitivos entre otros, y desde el entorno del liderazgo, estos deben conocer cada uno de estos temas para poder ejercer sus labores, es decir, muchas veces es necesario llegar a lo más íntimo de cada uno de los oyentes, saber manejar sus pensamientos y lograr que cada una de las palabras que se digan frente al público sean recordadas y permitan cumplir el objetivo propuesto.

Rincón (2004) considera que “la Competencia Comunicativa exige no sólo la habilidad para manejar una lengua sino además saber situarse en el contexto comunicativo de cada comunidad específica, en sus diversas formaciones sociales, culturales e ideológicas” (p.100), por ello cada uno de los hablantes debe estar centrado en tiempo y lugar, en este caso se puede tomar el ejemplo de Sergio Fajardo ya que en el momento del vídeo a analizar se encontraba en campaña política para la presidencia de Colombia y en eso momento específico en Riohacha, en la Guajira colombiana, por lo que él debía como buen líder conocer muy bien la cultura, el pensar, el actuar y las necesidades de ésta, para así poder convencer con su argumento.

La competencia comunicativa se manifiesta tanto en los sistemas primarios de comunicación como en los sistemas secundarios. Los sistemas primarios son los de la comunicación cotidiana. Sirven para el intercambio comunicativo necesario en el desempeño de todos los roles que implica la vida en sociedad... Los sistemas secundarios son de mayor elaboración y complejidad. Requieren más capacidad cognitiva del hablante-oyente real en su labor de codificar y decodificar textos, puesto que estas comunicaciones se producen en esferas de más elaboración cultural. (Rincón, 2004. p.101)

Por esa razón, se puede decir que durante un discurso de un líder priman los sistemas secundarios, porque van más allá de una comunicación cotidiana, el discurso se vuelve un mensaje elaborado el cual tiene un proceso de análisis y además tiene una intención frente al público. Además de ello como se había expuesto antes se requiere de un conocimiento previo del oyente, la comunidad o el público en sí.

El discurso es otro de los temas primarios de la tesis, se tomará desde el hecho de hablar en público o hablar a una comunidad, grupo o sociedad. En este caso se trabaja el discurso de los líderes, siendo este un discurso público con un fin determinado. “El discurso público es un recurso simbólico escaso y son elites como los académicos, educadores, periodistas y políticos quienes tienen un control activo de él como medio privilegiado de poder social; quienes controlan la política y los medios controlan igualmente su situación temática” (Carvajal, 2007. p.11).

Continuando con el autor anterior se puede decir que un discurso público es un discurso planeado y analizado que se brinda a una comunidad que le puede dar miles de significaciones y es por ello que gran parte de estos repertorios son minuciosamente creados, para que el significado que le dé el oyente sea el mismo que le da el hablante. Aunque es difícil descubrir que piensa el oyente de lo que se dice, Carvajal (2017) reflexiona que: “Los hablantes y receptores pueden asignar distintos significados a la misma expresión, y la misma expresión puede significar cosas distintas en contextos distintos” (p.16).

Igualmente se debe hablar de una categoría que nos permitirá hacer el análisis de las competencias comunicativas de un líder que en este caso es el análisis crítico del discurso. En este caso ya no será conocer el discurso en sí sino también hacer el análisis del mismo, el cual

hace parte de la metodología que se usará en esta investigación. Ésta categoría se tomará desde el autor Van Dijk (2011) que lo define en su libro *Discurso y Poder* como “un movimiento intelectual específicamente interesado en la elaboración de la teoría y el análisis crítico de la reproducción discursiva del abuso del poder y la desigualdad social” (p.19). El análisis del discurso desde Van Dijk se trabajará durante la monografía enlazado al liderazgo y a las competencias comunicativas del mismo, generando así unas conclusiones más amplias y una investigación más asertiva y allegada a la realidad.

Marco conceptual

Liderazgo

En la presente tesis se habla del liderazgo que ejerce el líder político Sergio Fajardo y el líder social Alberto Linero, a partir de dos vídeos seleccionados de la plataforma Youtube donde ambos están dando un discurso. Ser un líder es generar a partir de unas creencias, gustos o pensamientos que las personas empiecen a seguir sus comportamientos o ideales para lograr un objetivo, cambiar una percepción o generar que una sociedad o un grupo de personas actúen diferente frente algún tema.

De igual modo autores como Contreras y Castro (2018) nos definen un líder como “quién determina y planifica los cambios que se requieren para alcanzar la estabilidad deseada”, en este caso podemos asociar al liderazgo organizacional que es aquel que ha sido más definido e investigado en las últimas épocas. Cabe señalar que los líderes empresariales han sido ejemplo a seguir para la creación de nuevos líderes ya que tienen unos esquemas conformados que han servido como guías para personas que buscan liderar.

En otros términos aunque siendo semejante a lo anterior Ramírez, Bianca, Marcano y Annherys (2016) en su tesis Estilos de liderazgo femenino como factor influyente en las habilidades de los equipos de trabajo en el sector asegurador, nos definen un líder como una persona que “a través de sus habilidades y características, se identifica como un ser humano genuino, haciendo de su actuación en el entorno un campo dinamizador para el desarrollo de las actividades” (p.9), asociando igualmente este liderazgo a las diferentes organizaciones de las sociedades.

De acuerdo con lo anterior y apoyando a Vásquez (2013) en su discurso de que “la humanidad está llena de líderes de diversos orígenes y estilos que han incidido de formas positivas o negativas en los grupos humanos” (p.74), se puede decir que a partir de los ejemplos de liderazgo que han estado en las sociedades y que se han ido modificando para cada época y necesidad social se han creado varios tipos de líderes y liderazgo, siendo el caso de esta tesis el liderazgo social y político. Que además son dos tipos de liderazgo que han encaminado por años la historia no solo de Colombia sino de toda la humanidad.

Prosiguiendo con el tema, entramos a definir el liderazgo transaccional que es definido por Vásquez (2013) como aquel que “se caracteriza por conductas y actitudes que enfatizan la calidad del intercambio entre el superior y el subordinado” (p.77). El liderazgo es un intercambio de ideales para un objetivo específico, especialmente en las organizaciones, pero hoy en día hay un gran liderazgo en el ámbito de las redes sociales y las personas reconocidas. Por ende, para Vásquez (2013):

El grado en el que los líderes son realmente transformacionales se mide en el efecto que causan en sus seguidores. Aquéllos que siguen al líder transformacional confían en él, lo admiran, son leales y lo respetan al grado de ejecutar conductas fuera de lo normal. Por ello, se considera que el liderazgo transformacional es relacional. (Velazquez, 2013, p.79)

Por último se definirá un líder carismático que para lo que le compete a esta tesis, es lo que más se asemeja a los personajes del que se trata en este caso: Sergio Fajardo y Alberto Linero. Para En el libro “La experiencia del liderazgo” Daft y Marcic (2006, citado en Ramírez. 2016, p.11), exponen que “los líderes carismáticos tienen la capacidad de inspirar y motivar a las personas para que hagan más de lo que normalmente harían; en pocas palabras, convencen a las personas para realizar cosas que preferirían no hacer”.

Más allá de que los líderes convenzan a las personas hacer algo, es que ese algo será servible para alguien más, es decir, podemos ver claramente como los personajes, además de subir un contenido a la plataforma Youtube, mantienen en constante comunicación con sus seguidores vía redes sociales, haciendo de ellos un líderes carismáticos de nivel multimedial.

Competencia comunicativa

Al mismo tiempo, en la monografía, se desarrolla el concepto de competencias comunicativas, de la cual se debe decir que nace primero el concepto de competencia que para Noam Chomsky (1965) se refiere a los múltiples desarrollos verbales que despliega un hablante ideal. Siendo así que “en la lingüística chomskiana se relaciona con destrezas intelectuales, capaces de innovar y, por ende, de crear nuevos “productos””. (Rodríguez, 2012, p.66)

Continuando con las competencias comunicativas se encuentra que para Goenaga & Ronquillo (2009) “La competencia comunicativa surge como uno de los elementos constitutivos de la competencia profesional y su análisis se ha llevado a cabo desde áreas del saber tan disímiles como la Pedagogía, la Psicología, la Lingüística y la Sociología” (p.3)

Es hasta 1972 con el autor Dell Hymes que se define competencia comunicativa como "el conocimiento tácito que tiene un oyente hablante ideal para comprender y producir frases gramaticalmente correctas". Además, se puede decir estas competencias comunicativas aparecen en conjunto con el liderazgo, ya que es aquella capacidad que se tiene para comunicar y dar un mensaje con un objetivo específico.

La competencia comunicativa se ha conceptualizado como:

El conjunto de procesos y conocimientos de diversos tipos lingüísticos sociolingüísticos, estratégicos y discursivos - que el hablante/oyente, escritor/lector deberá poner en juego para producir o comprender discursos adecuados a la situación y al contexto de comunicación y al grado de formalización requerido." (Lomas, Tusón y Osoro, 2000).

Asimismo se encontrara a lo largo de la historia investigaciones que nos dan diferentes significados sobre lo que son las competencias comunicativas y muchas de estas se citaran en esta investigación. Por lo tanto para darle continuidad y posibles respuestas a la pregunta problematizadora inicial se debe hablar sobre el discurso, el análisis de discurso y como este es manejado por los líderes a investigar.

Se empezará definiendo el discurso desde Martínez (2007) quien nos dice que el discurso es un sistema de evaluación y su unidad de análisis será el enunciado, el cual se ve vinculado a la construcción social y al objetivo del hablante. Martínez (2007) nos dice que:

El enunciado es el terreno común donde se construyen de manera simultánea los niveles de la significación y del sentido. Desde el momento en que se emite un enunciado se convoca un género discursivo. El género discursivo está fusionado con una práctica social humana relacionada con un contrato social de habla entre dos interlocutores que asumen roles sociodiscursivos e institucionales específicos (Martínez, 2007, p.4)

Luego de introducir el discurso en las investigaciones y analizar el mismo a partir de percepciones personales de los investigadores, se empieza hablar sobre el ACD o el Análisis Crítico del Discurso, donde ya pasa de ser sólo analizado el discurso, sino que también en las investigaciones se empieza a hacer una crítica sobre ese discurso. Los investigadores y analistas dan paso para que se vaya más allá de un análisis, para que empiecen a criticar de manera positiva o negativa los discursos que se dan en las sociedades.

Van Dijk (2004) en su texto *Discurso y Dominación* nos habla sobre que “el análisis crítico del discurso o ACD constituyó una respuesta a los enfoques más ‘formales’ sobre discurso y lenguaje en la lingüística, la psicología y las ciencias sociales”, haciendo claridad y énfasis sobre que “estos enfoques formales raras veces se interesaban en el contexto político y social del lenguaje y el discurso en la sociedad” (Van Dijk, 2004, p.7).

Además Van Dijk nos relaciona el ACD con el poder y el abuso de poder, analizando que las personas que tienen este poder son líderes políticos que se han ido constituyendo a través de la historia y que nos darán las bases para hablar sobre el liderazgo y el análisis del discurso. “El Análisis Crítico del Discurso se enfoca en los grupos e instituciones dominantes y en la forma en la que éstos crean y mantienen la desigualdad social por medio de la comunicación y el uso de la lengua” (Van Dijk, 2004, p.8)

Competencia comunicativa

Las competencias comunicativas son propias de las personas que en su labor está hablar en público, convencer a los demás o tener un continuo acercamiento con las personas. Aunque todos los seres humanos tienen una serie de competencias comunicativas que les permiten tener una

relación con los demás, realizar actividades en conjunto y desarrollarse como personas, se considera que un líder es la principal persona en ejercer las diferentes competencias comunicativas y dependiendo de sus necesidades actuar con las que más se sienta a gusto. Hay ejemplos de liderazgos que desde su historia y contexto se puede identificar que cumple con cada una de las competencias comunicativas y que gracias a ellas han trazado un punto de cambio en la historia de la humanidad, como por ejemplo: George Washington, Vladimir Lenin, Mahatma Gandhi, Che Guevara, Simón Bolívar, entre otros.

Las competencias comunicativas también son actitudes y aptitudes que se van aprendiendo con el tiempo, la experiencia y las necesidades de cada una de las personas, “la competencia comunicativa se refiere a las aptitudes que permiten la comunicación, es decir, comprender y producir textos” (García, Martínez y Matellanes, p. 52), la producción y comprensión de textos permiten a las personas conocer su historia para que a partir de ella se genere otra, se toma este argumento ya que para el liderazgo es muy importante comprender que se dice y es aún más importante tener la capacidad de producir todo lo que se va exponer, escribir o plantear ya que este funciona como gancho para atraer a sus seguidores.

Al igual que el liderazgo, hay varios tipos de competencia comunicativa, para Quintriqueo, Torres, Sanghuesa y Friz (2017) “la competencia comunicativa intercultural implica la capacidad de interactuar de manera apropiada y efectiva con personas de otras sociedades y culturas. La interacción incluye tanto el comportamiento como la comunicación” (p.237)

Otro tipo de competencia comunicativa es la competencia gramatical: “Se centra en el conocimiento y la habilidad requeridas para comprender y expresar adecuadamente el sentido

literal de las expresiones: destrezas léxicas, fonológicas, sintácticas, semánticas...” (García, Martínez y Matellanes, p. 53).

Al igual se habla de competencia sociolingüista como la capacidad de que se tiene para comprender las expresiones lingüísticas en diferentes contextos, García, Martínez y Matellanes la definen aquella que vela por “encontrar el estilo apropiado a cada entorno y a cada contexto comunicativo en función de factores como el registro, la actitud y, de forma especial, el interlocutor, puesto que la adecuación sociolingüística proyecta en sí misma la relación que se establece entre los interlocutores” (p.53)

Por ultimo y más importante, la competencia discursiva, que es aquella que habla de la capacidad de generar y entregar un discurso de una manera atrayente y que además convenza a los oyentes de lo que se está diciendo:

No es otra que la que permite dar cohesión en la forma y coherencia en el significado para que los textos sean inteligibles; es decir, por una parte, unión estructural en un texto a través, por ejemplo, de nexos o marcadores del discurso; y por otra, relación lógica entre frases de forma que exista una asociación de contenidos entre ellas ...” (García, Martínez y Matellanes, p. 53).

Reyzábal en su libro “La comunicación oral y didáctica” (1993, citado en Reyzábal. 2012, p.69) define la competencia comunicativa como:

El uso eficaz de un sistema complejo de lenguajes y códigos interdependientes, el cual permite a un sujeto estar en contacto más o menos constante a través de múltiples signos y señales, sin descartar el principal que es el lenguaje verbal (oral y escrito). Por ende es significativo decir que las publicaciones hechas en una red social deben ir acompañadas de códigos que de manera inconsciente genere sensaciones y participación en los seguidores.

Además de eso Reyzábal (1993, citado en Reyzábal. 2012, p.6)8 expone que “para una comunicación eficaz deben tenerse en cuenta las costumbres sociales, los hábitos culturales y las variantes psicológicas propias de cada momento y circunstancia”. Es importante recalcar que por

ejemplo para el líder político que en este caso es Sergio Fajardo, es necesario conocer sobre la cultura y el quehacer diario de la comunidad a la que se va a dirigir, además que es importante que conozca sus necesidades para así encaminar su discurso. Aunque se puede decir que para el líder social en el caso Alberto Linero se debe manejar la misma temática, al ser el discurso de él un poco más social introduce a toda la comunidad en su objetivo sin hacer tanto énfasis en grupos específicos.

Por último tomaremos la percepción de Perrenoud (1999) que nos define la competencia como una capacidad diciendo que “es la capacidad de actuar de manera eficaz en un tipo definido de situación, capacidad que se apoya en conocimientos, pero no se reduce a ellos” (p.7).

Análisis del discurso

El análisis del discurso es la herramienta clave con la que se realizará esta investigación y tiene sus bases en la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, la cual:

“Entiende que el conocimiento no es una simple reproducción conceptual de los datos objetivos de la realidad, sino su auténtica formación y constitución. La Teoría Crítica se opone radicalmente a la idea de teoría pura que supone una separación entre el sujeto que contempla y la verdad contemplada, e insiste en un conocimiento que está mediado tanto por la experiencia, por las praxis concretas de una época, como por los intereses teóricos y extrateóricos que se mueven dentro de ellas” (Osorio, 2007, p. 104)

Uno de los principales autores que habla sobre el Análisis Crítico del Discurso y que también es tomado en el marco teórico es Van Dijk, que durante muchos años y en diferentes textos ha definido el ACD:

“El análisis crítico del discurso es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (Van Dijk, 1999, p. 23)

Para dar continuidad y claridad sobre lo que es el ACD, se encuentra que para Gutiérrez (2006)

El análisis del discurso nos permite conocer y describir no solamente lo que dice el emisor de determinados discursos sino, también, el contexto y la situación coyuntural en que éstos son emitidos. El discurso no nos proporciona por sí solo toda la información necesaria para conocer la realidad social, pero sí nos permite encontrar claves que nos llevan a la reconstrucción de esa realidad.

Por ello es importante analizar cada parte de lo que se está viendo y oyendo, porque aunque la persona que esté dando el discurso tenga unas bases claras de lo que expone, siempre va haber algo más allá para analizar, permitiéndonos encontrar esa realidad de la que ya se habla. Además es significativo darle valor a lo que se quiere comunicar, poniendo en juego al hablante y al oyente. “Así, se puede decir que el sentido que transmite un discurso depende del efecto que produce, dado que en toda situación de comunicación, éste resulta del encuentro entre un sujeto hablante y un sujeto interpretante.” (Charaudeau & Gentile, 2009, p.260)

Un tipo de discurso del que se habla en esta monografía es el discurso político que ha estado impregnado en la sociedad desde tiempos inmemoriales, siguiendo líneas y ejemplos que han permitido a políticos tener el poder y el control de muchas comunidades.

Un discurso es político en la medida en que el mensaje que transmite no es solamente un mensaje sobre el mundo o acerca de una situación social particular, sino, sobre todo, un

mensaje donde se revela el poder y la autoridad por parte de quien lo emite. (De Cabeza, 2002, p.58)

Metodología

Esta tesis tendrá un enfoque cualitativo ya que "produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable" (Taylor y Bogdan, 1986, p.20) y el cual permitirá hacer una investigación más profunda, es decir, que a medida que se va investigando y se van encontrando nuevas preguntas, conceptos y vértices sobre el tema a tratar que es este caso son las competencias comunicativas de un líder desde el liderazgo político (Sergio Fajardo) y social (Alberto Linero).

Contará con un método inductivo, en el cual la teoría surge a partir de la observación, y con una recopilación de datos de tipo representatividad/inferencia, es decir, casos individuales no representativos estadísticamente. Estos datos se analizarán de modo, objeto de análisis que indica que se pretende comprender a los sujetos a analizar que en este caso son los dos líderes ya antes mencionados. SaryCalonge Cole (2006) plantea que "lo esencial es comprender cómo el conocimiento y la acción sobre el objeto social son susceptibles de ser representados en discursos mediáticos."

El tipo de estudio es mixto, es decir, exploratorio y descriptivo. La investigación exploratoria da una percepción general del tema a investigar, la cual a medida que se van presentando hallazgos la investigación se vuelve más limitada en cuanto a conceptos y poblaciones. La investigación

descriptiva tiene como propósito como su nombre lo indica, describir cada una de las situaciones, posturas y ubicaciones que se presenten y asimismo describir el fenómeno a analizar.

Considerando que el objetivo de este estudio es describir las competencias comunicativas de un líder con una óptica social como lo es Alberto Linero y el líder político Sergio Fajardo, el proceso realizado fue en principio buscar un material audiovisual donde los dos líderes estuviesen hablando en frente de un grupo de personas, para así hacer un análisis de discurso y de corporalidad, el cual conllevará a definir cuáles son las competencias comunicativas que debe tener un líder.

La metodología se basará en un análisis de discurso que se le aplicará a dos vídeos de dos líderes diferentes para así darle respuesta a la pregunta problematizadora que contiene esta tesis y es ¿Cuáles son las competencias comunicativas de un líder?

El primer vídeo es una ponencia que hace el excandidato a la presidencia Sergio Fajardo en la Guajira (norte de Colombia) el día 21 de abril del 2017, en el marco de las elecciones presidenciales. El vídeo tiene una duración de 11:50 minutos y se llama “Educación es igual a Libertad / Sergio Fajardo / TEDxRiohacha”. En dicho vídeo Sergio Fajardo se da a conocer como Candidato a la presidencia 2018 como representante del Partido Verde, y a partir de esto lograr convencer a cada uno de los oyentes a votar por él y persuadirlos sobre que cada una de sus propuestas son las mejores para el desarrollo del estado colombiano. Para ello accede a hablar de su historia de vida, de su infancia, sus creencias y sus inicios en la política. El tema principal del discurso es la educación y el compromiso que debe tener el estado con la misma. El vídeo es tomado de la plataforma de Youtube, del perfil de TEDxtalks y es de carácter público.

En segundo vídeo es una exposición que hace el líder social Alberto Linero el día 27 de octubre del 2015, en este audiovisual el público son los estudiantes de la Universidad Minuto de Dios que cursan sus estudios en el modo virtual y a Distancia. El vídeo tiene una duración de 56:27 minutos del cual se tomará un fragmento de aproximadamente 10 minutos de su parte inicial. No se toma el vídeo completo ya que se pretende hacer una comparación muy específica sobre ambos discursos. El tema que Linero expone es sobre el poder de las decisiones, en la presentación a partir del ámbito social y religioso el sacerdote da cuenta de cuáles son las posibles consecuencias de las diferentes decisiones que las sociedades toman día a día.

A estos dos audiovisuales se les aplicará un análisis desde la corporalidad, principalmente desde los movimientos de las manos, y el discurso de cada uno de los líderes, se tomará cada uno de los en diferentes momentos, haciendo un análisis exhaustivo de corporalidad y luego un análisis exhaustivo de discurso. Los cuales contarán con imágenes de apoyo y citas textuales de cada uno de los vídeos, permitiendo llegar al objetivo principal que es describir las competencias comunicativas de un líder en óptica del líder social Alberto Linero y el líder político Sergio Fajardo.

Finalmente se hará una discusión con los resultados arrojados por el análisis junto con las teorías ya propuestas a los largo de los marcos referenciales para después obtener las conclusiones y respuestas necesarias para la culminación de esta investigación.

Resultados

Análisis corporalidad Sergio Fajardo

Sergio Fajardo es un líder relevante de la política colombiana si se toma en cuenta que fue Alcalde de Medellín de 2004 a 2007, Gobernador del Departamento de Antioquia de 2012 a 2015 y además culminó en el tercer lugar en la campaña presidencial en el año 2018.

Durante el periodo como Alcalde de Medellín Sergio Fajardo

Fue reconocido como uno de los alcaldes más populares del país, al reducir los índices de violencia de la ciudad y sanar las finanzas públicas, a pesar de enfrentarse con un Concejo en el que su partido sólo tenía dos curules de 21. Este destacado desempeño en la alcaldía lo hizo merecedor del Premio al Mejor Alcalde de Colombia 2004-2007, y el Personaje de América Latina 2007 que otorga TheFinancial Times. (La Silla Vacía, 2019, p.1)

Sergio Fajardo se ha destacado por ser un político que transmite empatía, amabilidad y ante todo confianza y también por “su carácter incluyente y su formación académica en disciplinas que le permiten tener una mente amplia y disciplinada para el análisis lógico e imparcial de las diferentes situaciones que se presentan” (Trujillo, 2018). En tiempos de elecciones a la presidencia colombiana tuvo relativamente una buena aprobación por los ciudadanos, para el medio de comunicación La Opinión (2018) “desde abril de 2016 y hasta febrero pasado, el porcentaje de aceptación de Fajardo se mantenía entre el 43 y el 47%, y en agosto del año (2017) pasado alcanzó a subir a 49% su favorabilidad” ya que con su discurso de “educación de calidad y para todos”, logró atraer gran cantidad de seguidores. Aunque se puede concluir que ya había hecho méritos en la Alcaldía de Medellín.

En la pieza analizada de Sergio Fajardo, realizada durante el evento TEDX Riohacha el candidato presidencial recurre constantemente al movimiento simétrico de las manos mientras

expresa su idea, como se puede ver en la imagen 1. Según Bonilla (2017, p.1) “la simetría es un indicador bastante fuerte de coherencia y congruencia, es como si nuestro lado izquierdo y derecho estuvieran de acuerdo con lo que decimos” (Bonilla, 2017, p. 1). A partir de esto se dice que es un discurso que se ha estudiado y que se ha hecho con la intencionalidad de que el público se sienta seguro al ver que lo que dice tiene coherencia y concordancia.



Imagen 1

En la pieza audiovisual se observa cómo el personaje muestra de manera muy continua las palmas de sus manos, como se puede notar en la imagen 2. Para Allan & Barbara Pease (2010) en su texto *El Lenguaje del Cuerpo*, “El gesto de exhibir las palmas de las manos se ha asociado siempre con la verdad, la honestidad, la lealtad y la deferencia” permitiendo así decir que el tema del que habla es real y lo muestra de una manera honesta, generando en el público credibilidad. Es importante decir que en la sociedad las personas siempre van en busca de líderes que sean honestos con sus labores, que cumplan sus tareas de manera correcta y que principalmente sean leales a sus principios, y es por ellos que los posibles gobernantes ejecutan ciertos gestos.



Imagen 2

Siguiendo con el análisis se identifica que Fajardo señala en varias ocasiones con su dedo índice, como se puede ver en la imagen 3, y por ende permite deducir que está dando una orden así no lo esté diciendo de manera verbal. Para Bonilla (2017) en su texto *Lenguaje Corporal poderoso*: “Señalar con el dedo índice cuando enfatizamos una idea y queremos que quede fijada en nuestro interlocutor como una idea verdadera, este gesto imprime autoridad y en algunas ocasiones es como una orden directa” (p.1). Por ello se puede identificar con claridad que muchos de los líderes a nivel mundial tienen expresiones similares a esta, considerando como un líder a un político, empresario, jefe, docente entre otros. En lo que cabe, un líder siempre va en busca que sus seguidores, su público o sus colaboradores ejerzan o tomen alguna actitud que ellos deseen, dando así en su discurso una serie de órdenes de manera oculta.



Imagen 3

Por otra parte encontramos que el líder político hace uso de varios y diferentes gestos de autoridad como se puede observar en la Imagen 4, “este gesto está asociado en nuestra mente como autoridad, se vincula a algo que no puede ser cuestionado, pero también como señalamiento o regaño”. (Bonilla, 2017 p. 18). Aunque el objetivo del discurso que presenta este líder en la Guajira no es señalar o regañar, en muchas ocasiones se hace énfasis en frases o palabras que son relevantes en su argumento, además que como es de saberse la sociedad necesita de líderes que muestren su autoridad desde el principio, ya que permite hacer el análisis que una persona autoritaria sería capaz de manejar muchas problemáticas que pueden surgir en las comunidades.



Imagen 4

Luego de tomar unas imágenes que pueden dar claridad sobre lo que pretende Fajardo con su discurso, lo cual permite decir que tenía un objetivo de generar confianza, respeto, credibilidad y ante todo demostrar su autoridad y conocimiento frente a los temas relacionados con la sociedad. Además como brinda una serie de momentos muy propios del liderazgo, al igual se tomarán partes literales de lo que él dice en dicho audiovisual, para así hacer un análisis de discurso que permita conocer desde el habla las competencias comunicativas de un líder.

ANÁLISIS DEL DISCURSO VERBAL DE SERGIO FAJARDO

Para Santander (2011) “se concibe el discurso como una forma de acción. Entonces, en ese sentido, analizar el discurso que circula en la sociedad es analizar una forma de acción social” (p.209-2010). Por ello es sumamente importante dar paso a un análisis discursivo, ya que actualmente las sociedades tienen discursos impregnados en todos sus ambientes, que como se dijo antes son una forma de acción social. También se permite dar claridad que se analizará un discurso de un líder político permitiendo un acercamiento a una realidad continua de las sociedades, las cuales día a día están escuchando discursos de los políticos que llevan las riendas de los diferentes estados.

Fajardo inicia su discurso político en el TEDX Riohacha hablando sobre su historia de vida, que al pasar de los años ha sido la que lo ha impulsado a hacer política: “Yo he sido un privilegiado de la vida, nací en una familia con todas las oportunidades en mi mano. Tenía las puertas abiertas

para escoger mi camino” (TEDx, 2017). Al momento de hablar del estilo de vida y de aquellas oportunidades que ha tenido, permite que el público tenga un primer acercamiento a él, ya que empieza a hablar sobre su ser, sobre su historia de vida, sobre lo que es él como persona más que como político.

“Desde muy temprano me empecé a darme cuenta de algo, y es, que dependiendo del origen social uno tiene las oportunidades en esta sociedad nuestra” (TEDx, 2017). En el anterior enunciado empieza a especificar sobre el hecho de ser tan privilegiado, y que esto le permitió darse cuenta que en la sociedad no todos contaban con las mismas oportunidades, es ahí donde da un giro a su discurso permitiendo que todo su público se sienta identificado y se logre concentrar en su argumento. Una de las expresiones que se debe resaltar es “sociedad nuestra”, ya que allí está incluyendo a cada uno de los oyentes y de esta forma logra establecer una conexión entre hablante y oyente.

“(…) y desde muy temprano me pareció injusto, porque todos nosotros tenemos talentos, todos nosotros tenemos nuestra historia, todos nosotros tenemos capacidades, y desde pequeñito yo sentía que había una injusticia que por la razón de nacer en un lugar, tuviera las oportunidades y otras personas no las tuvieran” (TEDx, 2017)

Es importante mostrar que en esta parte del discurso cuando Fajardo integra a las personas en el tema, ya no habla de un “yo”, sino de un “nosotros”, para que asimismo y siguiendo su objetivo de convencer el público se sienta parte de esa historia, sienta que es sobre ellos sobre quien habla y sienta que lo que sigue del discurso es para ellos.

“Yo voy a trabajar para que esto que ha sido un privilegio para mí, sea un derecho para todas las personas” (TEDx, 2017) En esta frase tiene una tonalidad de firmeza, seguridad y certeza siguiendo con la aproximación al público al especificar que los privilegios de educación, salud y desarrollo personal, deben ser un derecho y no una opción. Para Aguirre (2018) en su

monografía análisis crítico del discurso del excandidato presidencial Sergio Fajardo habla sobre que el líder político “aprovecha esta aproximación para inducir por medio del enunciado en una tonalidad intencional la imagen a construir en el pensamiento de los enunciatarios que él será el presidente y hará sus acciones en la proyección de país que pretende por medio del respeto”.

(Aguirre, 2018, p.48)

“Nos propusimos cambiar el mundo, arrancando de Medellín mi ciudad” (TEDx, 2017). En esta frase se pueden englobar muchos aspectos por parte de los oyentes, como lo son la confianza, la credibilidad y la opción de que eso pueda ser posible. Presenta el objetivo de cambiar el mundo con una tonalidad intencional dando como ejemplos el hecho que desde Medellín en los años 2004 al 2007 actuó como Alcalde, lo cual le permitiría continuar con sus planes y proyecciones de una forma más completa en el departamento de Antioquia, en el período 2012 – 2015, cuando fue gobernador de dicho departamento.

“Para luchar contra la corrupción, la transparencia. Que todo lo que nosotros hagamos se vea” (TEDx, 2017). En esta parte del discurso Sergio Fajardo toma dos categorías en las cuales hace énfasis, y son corrupción y transparencia. “con una tonalidad intencional convence a sus enunciatarios que en la corrupción está el enemigo que no permite el avance en Colombia”. Para Jakobsen y Manzano (2018. p.1) “El término corrupción, en su sentido más amplio, se refiere a las estrategias privadas que subvierten los intereses colectivos de determinadas comunidades”, y es en éste caso Fajardo pretende convencer a los oyentes que éstas estrategias privadas y estos actos inadecuados hechos en la política serán combatidos en su mandato y lo relata a través de una frase que se vuelve icónica en su campaña.

ANÁLISIS DE CORPORALIDAD DE ALBERTO LINERO

Alberto Linero es un líder de carácter social, que durante muchos años estuvo vestido con túnica dando la palabra de Dios, “en ese largo lapso construyó una carrera que se convirtió en una marca irrepetible” (Torres, 2019), actualmente trabaja en radio y hace vídeos de reflexión en su canal de Youtube, lo que le ha permitido tener más seguidores y ser considerado un líder mediático. Actualmente cuenta con aproximadamente 3 millones de seguidores en sus redes sociales, que antes, durante y después de su proceso de retiro como sacerdote lo han seguido apoyando y le han aceptado de manera satisfactoria cada uno de sus cambios personales y públicos.

La pieza a analizar, es un audiovisual tomado de la red Youtube donde Alberto Linero habla sobre el poder de las decisiones desde la religión, el público son estudiantes de la Universidad Minuto de Dios de la modalidad virtual y a distancia, la charla es del 27 de octubre de 2015.

En el vídeo se puede observar que Linero, también tiene un movimiento simétrico de las manos, a pesar que tiene un micrófono que debe manejar, los movimientos los hace principalmente con una mano y los apoya en algunas ocasiones con la otra, permitiendo reflejar sus emociones. Para Navarro (2014) “Cuando experimentas una emoción tu cuerpo la reflejará inconscientemente, pero también ocurre lo contrario: si adoptas voluntariamente una posición, tu mente empezará a experimentar la emoción asociada”. Tal como vimos anteriormente en el caso de Sergio Fajardo, lo que sostiene el autor Bonilla (2017) “la simetría es un indicador bastante fuerte de coherencia y congruencia” (p.1); Hacer movimientos simétricos en el momento de dar un discurso significa que el personaje está siendo congruente y coherente con lo que está diciendo, y está permitiendo que las manos le den una serie de ayuda a su argumento como se puede observar en la imagen 5.



Imagen 5

Otro de los gestos que es muy importante analizar y que además es muy continuo en el discurso de Alberto Linero es el hecho de mostrar las palmas de las manos, como se puede observar en la imagen 6, como se había citado anteriormente mostrar las palmas de las manos significa sinceridad y franqueza. “En este caso, el orador quiere demostrar que no tiene nada que ocultar; es una exhibición directa de honestidad” (Rosas, 2018, p.1). Por ello se puede decir que con la honestidad que habla Linero muestra claramente que tiene gran conocimiento sobre el tema tratado, además que ello es muy evidente ya que habla sobre el poder de las decisiones desde el ser, el hacer y la religión y en el momento de dicho discurso se desempeñaba como sacerdote.



Imagen 6

Enfatizar usando el dedo índice es un gesto muy común tanto en los discursos como en las conversaciones que se tienen diariamente entre las personas, este es un gesto que, aunque no es muy utilizado en el discurso que da Linero, se presenta principalmente en momentos donde se enfatiza la idea que quiere dar, al igual que puede significar dirección y orden. Como se puede observar en la imagen 7, Linero usa su dedo índice con fuerza y seguridad, generando así en el público cierta atención a lo que está diciendo. Alberto Linero ha sido reconocido como un líder social carismático que ha sabido llegarles a sus seguidores con su discurso y de una forma amable y comprensiva de ser.

“Los políticos han utilizado el dedo índice de alguna manera, para conectarse cuando dan un mensaje al público tanto en la oposición, como en el gobierno.” (Factores De Poder, 2018) Es decir, señalar también genera conexión entre el hablante y el oyente, lo cual permite como se expone anteriormente una cercanía de credibilidad entre ambos asistentes. Para los líderes es importante que sus seguidores confíen y crean todo aquello que ellos comentan, por ello realizan estos de manera continua en sus discursos.



Imagen 7

Un líder social debe tener claridad sobre su argumento y cómo hacer que este mueva masas, en este caso encontramos como Linero usa un gesto que significa principalmente autoridad, como podemos ver en la Imagen 8. Bonilla (2017) dice que “esto gesto transmite precisión y la impresión de que quien lo emite es una persona detallada” (p.2). Podemos descifrar que en diferentes oportunidades se necesita precisar el tema, y se necesita que las personas queden con esa frase o ese argumento en su mente y esto se logra a partir de los gestos que haga el hablante. Este gesto es muy común principalmente en los líderes políticos ya que como éste “debe ser capaz de expresar sus ideas de forma clara y lograr que esta información sea recibida correctamente por las personas a su cargo” (Sánchez. 2018, p.1).



Imagen 8

Después de analizar esta serie de imágenes, se encuentra que tanto Fajardo como Linero manejan los mismos gestos y movimientos, haciendo de ellos unos ejemplos claros de liderazgo y permitiendo identificar que los objetivos, aunque los argumentos sean diferentes, son los mismos: llegar al público a través de la corporalidad y la gestualidad, y que a partir de esto se genere confianza, credibilidad y respeto. Es importante recordar que son líderes que tienen gran cantidad de seguidores y que además tienen diferentes ideologías (políticas, sociales) pero, que aun así son líderes que cumplen con las funciones, características y propiedades de los mimos.

Análisis del discurso verbal de Alberto Linero

Actualmente nos rodean muchos tipos de discursos y de personajes que son característicos de los mimos. Se puede decir que el discurso que maneja el líder Alberto Linero es un discurso competente que para Chauí (1982) es “aquel que puede ser pronunciado, escuchado y aceptado como verdadero o autorizado”. Se dice que es competente porque dicha conferencia se toma de

un momento de la vida de Linero donde ejerce su labor como sacerdote, por ende se puede decir que es escuchado por sus seguidores y que los mismos aceptan como verdadero todo aquello que dice. Como se había expuesto antes el tema del dialogo es “el poder de las decisiones”, en este caso principalmente desde la fe y desde el hombre en la sociedad. Este discurso es presentado frente a estudiantes de la Universidad Minuto de Dios Seccional Bello, quizás por eso maneja un léxico sencillo y de fácil comprensión, acompañado de gestos muy pronunciados los cuales permiten la concentración del público.

“Yo creo que si hay algo que tiene poder son las decisiones, decir sí o no crea mundos, crea universos” (Uniminuto, 2015). Con esta frase inicia su discurso el líder social Alberto Linero, se puede observar que es una frase que genera interés y atracción sobre el tema que se va a tratar. Inicia con una tonalidad directa con la cual crea un acercamiento con sus oyentes, exponiendo de forma inicial el tema a tratar y como a partir de este se desarrollan las sociedades y el ser en sociedad. Se parte del hecho de que Linero es un líder social, que comúnmente tiene como objetivo generar reflexión en sus seguidores, y además que a partir de sus charlas las personas creen consciencia de las situaciones sociales o acciones que ejerce en su diario vivir.

“Lo primero que quiero dejar claro, es que soy yo quien decide, nadie debe decidir por mí.” (Uniminuto, 2015) Con esa frase integra a los oyentes al tema cuando habla del “yo”, ya que está hablando del “yo” de cada uno de los participantes, en ese momento con una tonalidad intencional, incide en que las personas piensen en que son dueñas de sus decisiones y que por ende responsables de las mismas. Es importante recordar que un líder siempre va encaminado principalmente a llamar la atención del público y una forma muy común es haciéndolos participes de las experiencias del locutor, permitiéndoles sentir que tienen situaciones y pensamientos en común.

“Dios no está aprisionándote, yo creo que tenemos que conocer más a ese Dios. Yo estoy seguro que si la gente conociera más a ese Dios, lo amara más” (Uniminuto, 2015). En este caso habla de un sujeto que es Dios. Para Aguirre (2018) Dios “se presenta en varias ocasiones en su discurso, como una forma de repetición que eleva la importancia del sujeto en la idea expresada en esta parte del discurso” (p.66). Es importante analizar que a partir de la repetición el cerebro recuerda mucho más aquello repetido, por ello se puede deducir que Linero con una tonalidad inductiva quiere exponer que Dios es bueno y que además no te subyace a él. “...las repeticiones, en general son imprescindibles en el discurso para el establecimiento, desarrollo y variación del tema” (Camacho, 2001.p.8).

“La gente habla mucho del castigo de Dios, yo realmente no creo que Dios castigue, si a mí me demuestran que Dios castiga me vuelvo ateo” (Uniminuto, 2015). Con una tonalidad apreciativa Linero expone su pensar frente al “castigo de Dios”, que culmina asegurándole al público que si fuese un “Dios castigador, él sería ateo”. Con esto ocasiona que el público confíe en lo que dice y genere una perspectiva diferente sobre el tema, ya que si fuese como las personas lo dicen (Dios castigador), él no seguiría a Dios. Como en muchas ocasiones se ha percibido en el discurso de un líder debe haber un juego de palabras que al final hagan que sus oyentes escuchen y crean lo que el hablante desea o determine. En ésta frase al igual que en la anterior hay un tono repetitivo, el cual permite al público repetición.

Por ello es importante recalcar que aunque Linero sea un fiel seguidor de Dios, siempre está convenciendo que, si ese Dios no fuese tan bueno y bondadoso seguramente él no le seguiría, e intenta mostrar a partir de ejemplos y argumentos del diario vivir que aunque las demás personas tengan miles de creencias se deberían inclinar por la suya (creer en Dios), para el beneficio propio desde el hacer y el ser. Aunque en este caso se habla de religión, se debe recalcar que los

líderes siempre en sus discursos influyen a las personas para que sigan su forma de ser y pensar, sea cual sea el tema y el momento, se puede decir que sería una de las características principales de un líder: convencer a toda costa.

“Cada día es una página en blanco, haces con ella lo que se te da tu santa voluntad. Cada día haces con tu vida lo que tú quieras, no hay predeterminismos” (Uniminuto, 2015). Aunque el tema principal del discurso de Linero habla sobre la toma de decisiones, él en su charla permite que los oyentes hagan una reflexión sobre lo que se dice. Los líderes, en gran parte de sus discursos cuestionan problemáticas sociales las cuales les permiten un acercamiento moral a con sus oyentes. En este caso, Linero permite la reflexión sobre que cada uno puede hacer con su vida lo que desee y que cada día se puede escribir una página nueva. Esto ocurre no solo en el liderazgo social o religioso, ocurre todo el tiempo con aquellas personas que lideran comunidades, organizaciones, sociedades y grupo, generando que a partir de las reflexiones se tenga primero, un acercamiento con los oyentes y, segundo, una cierta credibilidad de lo que se dice.

Conclusiones

Por medio del análisis del discurso y el análisis de corporalidad en las charlas estudiadas del ex candidato a la presidencia Sergio Fajardo y el conferencista Alberto Linero, se puede evidenciar que ambos cuentan con un discurso y una postura de liderazgo que, a partir de las competencias comunicativas ya estudiadas, generan en sus oyentes credibilidad y confianza. Todo ello se logra por los temas tratados y por la forma en que los exponen, por ejemplo Sergio Fajardo comenta sobre sus proyectos a cumplir si llega a la presidencia, el cual es un tema de interés común en tiempo de elecciones. Por otro lado Linero habla sobre la toma de decisiones desde la religión y el ser, y aunque no es un tema muy común, genera interés ya que permite la reflexión del quehacer diario en cada uno de los oyentes.

Tomando el caso del conferencista Alberto Linero se puede identificar que cumple con los criterios de Barroso y Salazar (2010) quienes plantean que para que un liderazgo sea competente debe ser transformador, transformador desde el ser de cada uno de los oyentes basado esto en un bien común. Por ello Linero cumple con este ítem ya que cada uno de sus discursos están enfocados en el análisis y la reflexión de la vida y de la persona, permitiendo de este mismo modo la libre y adecuada transformación del ser humano.

También se pudo identificar que Linero logra influir en los demás como lo plantea Aguirre, Serrano y Sotomayo (2017) que comentan que un líder debe tener la capacidad de influir en las personas principalmente para lograr cumplir un objetivo propuesto por este mismo. Se afirma lo anterior, ya que se pudo identificar con claridad que el público que estaba presente en el discurso de Alberto Linero aceptaba y recibía de forma positiva todas aquellas consideraciones que él daba, dando así por cumplido sus objetivos.

Desde el tema intelectual y las competencias comunicativas se pudo identificar que el exsacerdote Linero cuenta con una competencia comunicativa intercultural, la cual para Quintriqueo, Torres, Sanghuesa y Friz (2017), es toda competencia que permite interactuar con las personas de otras culturas de una manera clara, que asimismo permita que estos comprendan cada cosa que se dice o se hace. Esto lo resalta como un líder ya que Alberto Linero ha tenido la oportunidad de desenvolverse durante su proceso parroquial con muchas comunidades dentro de las cuales fue evolucionando y aprendiendo sobre las mismas, para sí poder llegar a cada una de ellas con sus argumentos.

De acuerdo a lo anterior se puede concluir que Alberto Linero es un líder intercultural, ya que en el discurso se identifica que el público es un grupo de jóvenes universitarios y que a pesar de ello obtuvo mantener su atención y reflexión durante toda la charla, logrando esto con un

acercamiento dinámico y un léxico muy simple y comprensible para los estudiantes, además de ello exponía cada una de sus ideas con ejemplos del quehacer diario, con los cuales adquiría toda la atención que necesitaba y cumplía cada uno de sus objetivos.

Por otro lado se encuentra que el estilo de liderazgo de Sergio Fajardo cumple con los criterios de Velazquez (2013) quien plantea que los líderes transformacionales son aquellos a los cuales sus seguidores admiran y respetan, por ende se puede considerar que en tiempos de elecciones a la presidencia, Sergio Fajardo contaba con una cantidad considerable de dichos seguidores, los cuales evidentemente le ayudaron a llegar hasta el tercer puesto de las elecciones presidenciales del año 2018.

Dándole continuidad al tema del liderazgo se toma a Contreras y Castro (2018), lo cuales definen un líder como aquel que es capaz de planificar y determinar cada uno de sus temas a tratar en un discurso, por ende, se puede concluir que Sergio Fajardo cumple con esta característica esencial de un líder, ya que es evidente que una charla en medio de una competencia política debe ser planificada minuciosamente para que cada uno de los oyentes confíe y actúe como se tiene pensado. En el video se puede identificar que muchas de sus frases y reflexiones son argumentos repetidos en diferentes discursos ya hechos, y para diferente público pero que gracias ello, se logra el acercamiento y la confianza del oyente.

Referencias

- Aguirre León, G., Serrano Orellana, B., & Sotomayor Pereira, G. (2017). El liderazgo de los gerentes de las Pymes de Machala. *Universidad y Sociedad [seriada en línea]*, 9 (1), pp. 187-195. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Alatorre, A. V. (2016). Interdependencia entre el liderazgo transformacional, cultura organizacional y cambio educativo: una reflexión. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 11(1).
- Álvarez Angulo, Teodoro. (2010). *Competencias básicas en escritura*. España: Octaedro.
- Barroso, J. Salazar. Liderazgo y clima organizacional en maquiladoras textiles de exportación *The Anáhuac Journal Business and Economics*, 10 (2) (2010), pp. 67-96
- Barbosa Ramírez, D., Contreras Torres, F., & Piñeros Espinosa, R. (2016). *Liderazgo: antecedentes, tendencias y perspectivas de desarrollo*. Editorial Universidad del Rosario.
- Bonilla, A. 20017. Análisis del lenguaje corporal en el encuentro entre el Papa Francisco y Donald Trump. Tomado de El Tiempo Blogs. <http://blogs.eltiempo.com/lenguaje-corporal-y-persuasion/2017/05/24/lenguaje-corporal-encuentro-papa-francisco-y-donald-trump/>
- Calonge Cole, Sary. 2006. La representación mediática: teoría y método. En *Revista Latinoamericana de Psicología PePSIC* No. 23, Páginas 75 - 102. São Paulo
- Camacho Adarve, Maria Matilde. 2001. Reflexiones sobre la repetición en el discurso oral. Editorial Tonos Digital.
- Cardoso-Belo, J. M. (2011). Competencia comunicativa y nuevas fórmulas docentes: la emergencia de nuevos modelos de comunicación didáctica. *Vivat Academia*, (117), 1291-1309.
- Carvajal, A. (2007). Semántica y pragmática de la guerra y de la paz. Usos discursivos del presidente Uribe para incidir en el conflicto armado colombiano. *Perspectivas internacionales: Revista de Ciencia política y Relaciones internacionales*, 03, (02), 7-38

- Castro Solano, A. (2006). Teorías implícitas del liderazgo, contexto y capacidad de conducción. *Anales de psicología*.
- Charaudeau, P., & Gentile, A. M. (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso & Sociedad*, 3(2), 253-279.
- Colmenares Imbernón, Denise Elizabeth, López Ramírez Ana Milena, Soto Vélez Yuri Andrea (2015) Tendencias de liderazgo en la gestión de equipos de trabajo con presencia de diversidad generacional. Universidad de Medellín.
- Contreras Liderazgo: perspectivas de desarrollo e investigación *International Journal of Psychological Research*, 1 (2) (2008), pp. 64-72
- Daft, R. L., & Marcic, D. (2006). *Introducción a la Administración*. Thomson,.
- de Cabeza, L. M. (2002). El personalismo en el discurso político venezolano. Un enfoque semántico y pragmático. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, (29).
- Factores De Poder (2018, marzo 16). CONOCE QUÉ SIGNIFICA EL SEÑALAR CON EL DEDO PARA LOS POLÍTICOS. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=YunaedLDRA0>
- García Armendáriz, M. V., Mongay, A. M. M., & Marcos, C. M. (2003). Español como segunda lengua (E-L2) para alumnos inmigrantes: propuesta curricular para la escolarización obligatoria.
- Gutiérrez, S. (2006). Discurso político y argumentación. Artículo disponible en línea en: www.filosofia.uchile.cl/Editorial/libros/discurso_cambio/72Gutie.pdf.
- Hymes, D.H. (1974). *Foundations in sociolinguistics. An ethnographic approach*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- Hymes, D. 1972. "On communicative competence". *Sociolinguistics*. Eds. Pride, J.B. y J. Holmes. Londres: PenguinBooks. 269-293.
- Hymes, D. 1971. "Competence and performance in linguistic theory" *Acquisition of languages: Models and methods*. Ed. Huxley and E. Ingram. New York: Academic Press. 3-23.

- HYMES, Dell. “Hacia etnografías de la comunicación”. En: Antología de estudios de etnolingüística y sociolingüística. México: UNAM, 1974. _____ “Acerca de la competencia comunicativa”, Forma y Función (9), Santafé de Bogotá, junio de 1996, pp. 13 – 37.
- La Opinión. 2018. “Sergio Fajardo, el candidato con la imagen más favorable”. Tomado de <https://www.laopinion.com.co/politica/sergio-fajardo-el-candidato-con-la-imagen-mas-favorable-153908#OP>
- La Silla Vacía. 2015. “Sergio Fajardo”.<https://lasillavacia.com/quienesquien/perfilquien/sergio-fajardo>
- Letras y Filosofía, (45), 235–254. Retrieved from <http://ebSCOhost.ezproxy.uniminuto.edu:8000/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=127652416&lang=es&site=ehost-live&scope=site>
- Lozano, J. M. 2013. El liderazgo social. Tomado de <https://diarioresponsable.com/opinion/16284-liderazgo-social>
- Martínez, MC. 2007. La orientación social de la argumentación en el discurso: una propuesta integrativa. En: Parlamentos. Buenos Aires. Biblos.
- Maxwell, J. C. (2007). *Las 21 leyes irrefutables del liderazgo: Siga estas leyes, y la gente lo seguirá a usted*. Thomas Nelson Inc.
- Ortiz, J. M. S., & Guerra, N. E. B. (2015). Desarrollo de competencias comunicativas mediante la lectura crítica, escritura creativa y expresión oral. *Encuentros*, 13(2), 117-141. doi:<http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i2.502>
- Osorio, S.N. (2007). La Teoría Crítica de la Sociedad de la Escuela de Frankfurt. Algunos presupuestos teóricos-críticos. Recuperado el 22 de Marzo de 2018 de: <http://www.umng.edu.co/documents/63968/80132/RevNo1vol1.Art8.pdf>
- Pease, A., & Pease, B. (2010). *El lenguaje del cuerpo: cómo interpretar a los demás a través de sus gestos*. Editorial Amat.

- Perozo-Ramírez, B. A., & Paz-Marcano, A. (2016). Estilos de liderazgo femenino como factor influyente en las habilidades de los equipos de trabajo en el sector asegurador. *ClioAmerica*, 10(19), 8-22. doi:<http://dx.doi.org/10.21676/23897848.1656>.
- Perrenoud, P. (1997). *COMP TENCIA*.
- Quintriqueo, S., Torres, H., Sanhueza, S., & Friz, M. (2017). Competencia Comunicativa Intercultural: Formación De Profesores en El Contexto Poscolonial Chileno. *Alpha: Revista de Artes*.
- Ramírez, B. A. P., & Marcano, A. I. P. (2016). Estilos de liderazgo femenino como factor influyente en las habilidades de los equipos de trabajo en el sector asegurador. *Clío América*, 10(19), 8-22.
- Reyzábal, M. A., & Casanova, M. A. (1993). Comunicación oral y su didáctica.
- Rodríguez, M. V. R. (2012). Las competencias comunicativas y lingüísticas, clave para la calidad educativa. *REICE: Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(4), 63-77.
- Reyzábal, M. V. (2016). Las competencias comunicativas y lingüísticas, clave para la calidad educativa. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(4).
- Rincón, C. (2004). Unidad 11: La competencia comunicativa. *Recuperado el, 7*, 100-108. O Alberto, C. *UNIDAD 11: LA COMPETENCIA COMUNICATIVA*.
- R. Hughes, R. Ginnett, G. Curphy. *Liderazgo. Cómo aprovechar las lecciones de la experiencia* McGraw Hill, México (2007)
- Rodríguez Cañas, M. P. (2018). Contenidos de televisión infantil: propuestas narrativas en las secciones Mi Cuarto y El Circo de los programas Club 10 del Canal Caracol y Bichos Bichez del Canal RCN.

- Rodríguez, M. V. R. (2012). Las competencias comunicativas y lingüísticas, clave para la calidad educativa. REICE: Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, 10(4), 63-77.
- Ronquillo Hernández, E., & Goenaga Conde, B. (2009). Competencia Comunicativa: Evolución cronológica del término y sus elementos constitutivos. Humanidades Médicas, 9(1), 0-0.
- Sánchez, D. (2018). La psicología de un buen líder. Recuperado de <https://lamenteesmaravillosa.com/la-psicologia-de-un-buen-lider/>
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. Cinta de moebio, (41), 207-224.
- Trujillo, A. J. A. (2018). Sergio Fajardo: Lo bueno, lo malo y lo feo. Revista Electronica Portafolio. <http://blogs.portafolio.co/carta-de-gerencia/sergio-fajardo-lo-bueno-lo-malo-lo-feo/>
- Torres, F. V. C. (2013). Liderazgo, poder y movilización organizacional/Leadership, power and, organizationalmobilization/Liderança, poder e mobilização organizacional. Estudios Gerenciales, 29(126), 72-76.
Retrievedfrom<https://search.proquest.com/docview/1436980664?accountid=48797>
- Van Dijk, T. A. (2011). Discurso y poder. Editorial Gedisa.
- Van Dijk, T. (2004). Discurso y dominación. Grandes conferencias en la Facultad de Ciencias Humanas, 4, 5-28.
- Van Dijk, T.A. (1990). La noticia como discurso. España: Paidós
- Vázquez Alatorre, A. (2013). Interdependencia entre el liderazgo transformacional, cultura organizacional y cambio educativo: una reflexión. REICE. Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación.
- Vicente, G. (2018). Liderazgo político: la capacidad de influir y decidir en tiempos difíciles. Tomado de <https://www.telesurtv.net/opinion/Liderazgo-politico-la-capacidad-de-influir-y-decidir-en-tiempos-dificiles-20180827-0030.html>

