

# El perfil del comunicador relacional en la Universidad Sergio Arboleda<sup>1</sup>

The profile of relational communicator at the University Sergio Arboleda.

Recibido: 11-04-2016 – Aceptado: 11-05-2016

Daniel Felipe González Castañeda<sup>2</sup>

## Resumen

Hoy día estamos viviendo en la era de la inmediatez. Nos resulta muy sencillo comunicarnos en tiempo real con instituciones y personas así estemos el uno y el otro en polos extremos; gracias a la tecnología y sus avances tenemos la solución al alcance de la mano. La ciencia ha evolucionado a pasos de gigante y tomar decisiones nunca había sido más fácil, dado el enorme desarrollo que se ha evidenciado en las comunicaciones.

Dada esta nueva filosofía abanderada por la prontitud del qué hacer, ha resultado sencillo establecer también esos estándares de la dimensión del ser y su exigibilidad en el actuar. A razón de ese patrón de pensamiento y conducta la academia se ha concentrado en el logro de resultados, a toda costa, pasando incluso por encima de las emociones y el comportamiento que induce a facilitar o entorpecer el aprendizaje.

Esta investigación pretende contribuir a la reflexión de lo que significa ser un Comunicador Relacional, enfocándose en un Comunicador Social y Periodista que dimensiona su qué pensar, qué hacer y cómo actuar, mediante la construcción del lenguaje y su manera de relacionarse y dimensionar diferentes contextos de un mundo globalizado.

## Palabras clave

Comunicador Relacional, DirCom, relaciones sostenibles, confianza, amorosidad en el lenguaje, articulación, construcción, Comunicación Estratégica, dinamizador.

## Abstract

Today we are living in the age of immediacy. We find it easy to communicate in real time with people and institutions and we are the one and the other in extremes; for technology and progress we have a solution to hand. Science has evolution and make decisions has never been easier, given the huge development that has been evident in communications.

Given this new philosophy by the promptness of what to do, it has also been easy to establish such standards dimension of being and enforcement in the act. A reason for this pattern of thought and behavior academy has focused on achieving results at all costs, even going beyond the emotions and behavior which leads to help or hinder learning.

This research aims to contribute to the reflection on what it means to be a relational Communicator, focusing on a Social Communicator and Journalist who sized your what to think, what to do and how to act, by constructing the language and the way they relate and measure different contexts a globalized world.

## Keywords

Relational Communicator, DirCom, sustainable relationships, trust, loveliness in the language, articulation, construction, Strategic Communications, facilitator.

<sup>1</sup> Artículo de reflexión: Seminario Internacional de Comunicación Corporativa Estratégica DIRCOM, Madrid, España. El resultado o producto presentado a la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda, Colombia, corresponde al trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social y Periodista.

<sup>2</sup> Comunicador Social y Periodista, con énfasis en Comunicación Organizacional, de la Universidad Sergio Arboleda. Cofundador del Equipo Líderes Sociales Sergistas. Certificado en "Comunicación Corporativa Estratégica DIRCOM" por el Centro de Excelencia Internacional Sergio Arboleda en Madrid, España. Experiencia en medios de comunicación, formación humanista, desempeño en roles de emprendimiento y comunicación relacional. Correo electrónico: danielfelipe.gonzalez@hotmail.com

## Introducción

La figura del Comunicador Relacional es un componente esencial para los profesionales y, especialmente, Comunicadores sociales y periodistas que el siglo XXI necesita. Es un perfil integral que combina estratégicamente la formación tradicional de la ciencia con una visión estratégica y humanista que como resultado concibe un profesional dinamizador, hombre relacional y agente de cambio, que hace de la comunicación un camino y no un fin. Un Comunicador social y periodista que dimensiona su qué pensar, qué hacer y cómo actuar, mediante la construcción del lenguaje y su manera de relacionarse en los contextos de un mundo globalizado.

El objetivo general de este aporte es la creación y consolidación del perfil del Comunicador Relacional en los Comunicadores sociales y periodistas de la Universidad Sergio Arboleda como agentes que dignifican al ser, a través de la misión y visión de su profesión y no solo como individuos que se limitan a informar y generar contenidos para una organización y/o medio.

La concepción de dicho perfil se ha fundamentado a partir de las siguientes aristas:

- Creación de una cátedra electiva con las características y los componentes del Comunicador Relacional que demuestran ser esenciales en el proceso y transcurso de la formación profesional.
- Establecer metodologías de estudio y aplicación a partir de la comunicación relacional que comprendan las dinámicas y el entorno en las organizaciones y medios de comunicación.
- Aportar a partir de la formación del perfil del Comunicador Relacional en el proceso de guiar y humanizar los diferentes canales de comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación como parte de una visión in-

tegral, de tal forma que en su ejercicio y actuación personal puedan llegar a impactar al país.

Es inminente la urgencia que tiene la sociedad de contar con profesionales e individuos comprometidos con el humanismo y, especialmente, Comunicadores sociales y periodistas que comprendan su desempeño cotidiano como un acompañamiento que dignifica al individuo y construye sociedad, contribuyendo a erradicar de a poco un desequilibrio natural producto de algunos profesionales autómatas que solo se limitan a informar.

En la Comunicación se encuentra el escenario perfecto para llevar a cabo esa formación humana de total empatía, que gracias a la generación de confianza y un lenguaje más incluyente no solo perfecciona el mensaje, sino que aporta a la estructura organizacional de las instituciones. Demostrando la relevancia y responsabilidad que tiene todo Comunicador social y periodista, se ve la necesidad de unificar la esencia de su conocimiento a través de la información y las prácticas relacionales.

El término Comunicación Relacional nace de integrar los preceptos de la inteligencia relacional, que al engranarse a otras áreas logra revolucionar el modelo y reinventar un esquema que genera resultados tangibles.

Este perfil busca satisfacer la sed que tiene nuestro mundo actualmente de contar con profesionales humana y académicamente bien formados, los cuales puedan responder a la demanda laboral que tiene cualquier organización o medio.

Expertos no solo en su quehacer, sino también en generar valor a través de su humana perspicacia, con la que puedan anticiparse en resolver una dificultad, sortear cambios y proponer acciones innovadoras a sus respectivos entornos.

La figura del Comunicador Relacional se encuentra engranada con la filosofía de la Uni-

versidad Sergio Arboleda, y busca integrar la formación tradicional de la profesión con un enfoque humanista fundamentado en la confianza, amorosidad en el lenguaje, principalmente una visión renovada del perfil y la magnitud de acción que tiene como agente de cambio.

Por esta razón nuestro planteamiento va enfocado a reflexionar sobre la esencia y las características del comunicador, a partir de la Comunicación Relacional, por lo que es importante abordar la fundamentación de la Nueva Teoría Estratégica (NTE) y el cambio del actor racional al hombre relacional, luego las teorías de inteligencia y negociación relacional con el componente de la biología del amor, y por último, integrar la Comunicación Corporativa Estratégica DIRCOM.

Las escuelas de comunicación social y periodismo en su labor de crear historia, informar y construir sociedad, deben incluir una formación íntegra, ética y responsable donde el componente relacional debe ser una línea unida e indisoluble en dicha formación, en el pensar y actuar de todo profesional.

El perfil del Comunicador Relacional es una esencia característica con la que todo individuo debería contar, especialmente todo profesional, pues consiste, en suma, en un compendio formativo que engrana tres líneas de acción: la estrategia y dirección de las organizaciones, el repensar y actuar del comportamiento humano, y las comunicaciones como articulación social y periodística.

Tres líneas fundamentales en la formación y construcción de un profesional idóneo e integral que transforma su ambiente, crea cultura y va más allá de desempeñar un rol en una organización: trasciende.

## Metodología

El tipo de investigación corresponde a una indagación de carácter exploratoria y de

campo, respecto a las apreciaciones cualitativas que se han desarrollado en el transcurso de la propuesta; con el fin de contemplar aquella información que repunta a la formulación de la hipótesis y permite la familiarización con un producto nuevo y a su vez novedoso.

Su enfoque es de carácter cualitativo con apoyo de herramientas cuantitativas, puesto que correspondió a una recolección de datos e información, por medio de técnicas como entrevistas, encuestas y consultas bibliográficas, que afinaron el proceso de la investigación generando una perspectiva interpretativa, analítica y medible. Dicho proceso se llevó a cabo a través de fases, las cuales, en el desarrollo, se proporcionaron bases fundamentales en el resultado y las conclusiones que deja para otras líneas de acción.

Como primera indagación documental, este proyecto nace con la idea de desarrollar e impartir una cátedra electiva con el nombre *Comunicación Relacional*, para ello hemos tenido varias etapas de estudio: la primera, ha sido de investigación documental a partir de libros y textos que hablen de lo “relacional” enfatizando la comunicación; la segunda, se ha consultado en la Red de Repositorios Latinoamericanos, repositorios de universidades a nivel nacional y repositorios del continente europeo, específicamente en España, Madrid, buscando las categorías de comunicación -relacional y viceversa.

Como resultado de la investigación, no se ha encontrado ningún estudio de tesis que se relacione con nuestro tema u objeto de investigación, no obstante, lo más cercano es un documento que habla del marketing relacional.

En la identificación y diseño de técnicas de entrevistas y encuestas, se escogieron dos tipos de públicos: el primero, de perfil profesional, y el segundo, de perfil estudiante universitario. La encuesta fue diseñada con diez preguntas abiertas, que fueron aplicadas a estudiantes

de las asignaturas: Modelos de Gestión de quinto semestre y Gerencia de Comunicaciones II de décimo semestre, del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda en el año 2015-02. Las entrevistas fueron aplicadas a directores de medios de comunicación, coordinadores de áreas, docentes universitarios y profesionales en el área de la comunicación.

**Resultados**

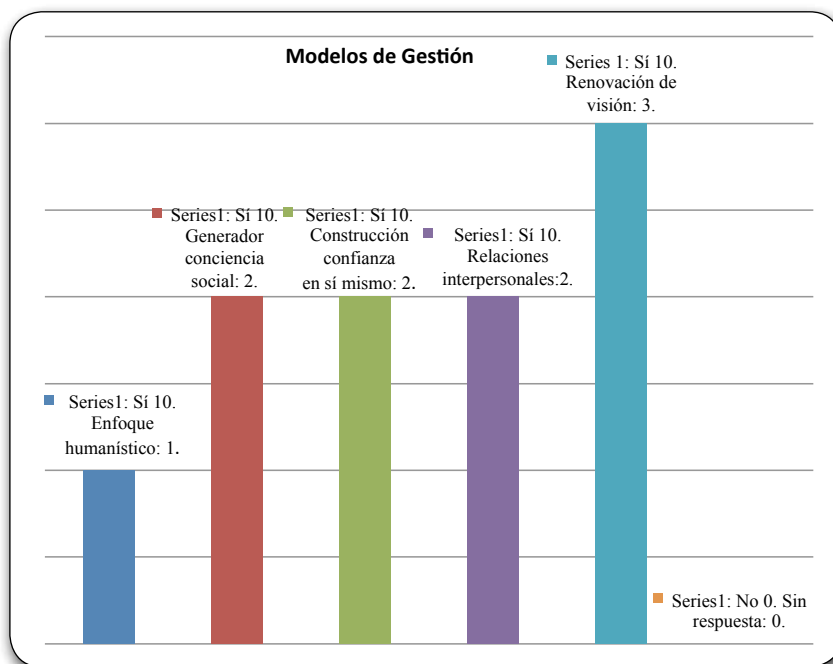
A partir de la metodología propuesta, al realizar una serie de encuestas a estudiantes de quinto y sexto semestre del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda, destacamos la gráfica y pregunta número tres. La pregunta realizada: ¿Cómo cree usted que la asignatura Comunicación Relacional le aportaría a su perfil profesional? Se consideró de trascendencia con

el fin de poder establecer de primera mano los elementos que los estudiantes considerarían oportunos en aprender y comprender a través de una asignatura como la de Comunicación Relacional.

Un punto que resulta bastante alentador para la investigación y muy dicente para las escuelas de comunicación, especialmente para la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda, es que absolutamente todos los estudiantes entrevistados de los dos grupos consideraron como aporte fundamental a su perfil profesional cursar la asignatura Comunicación Relacional.

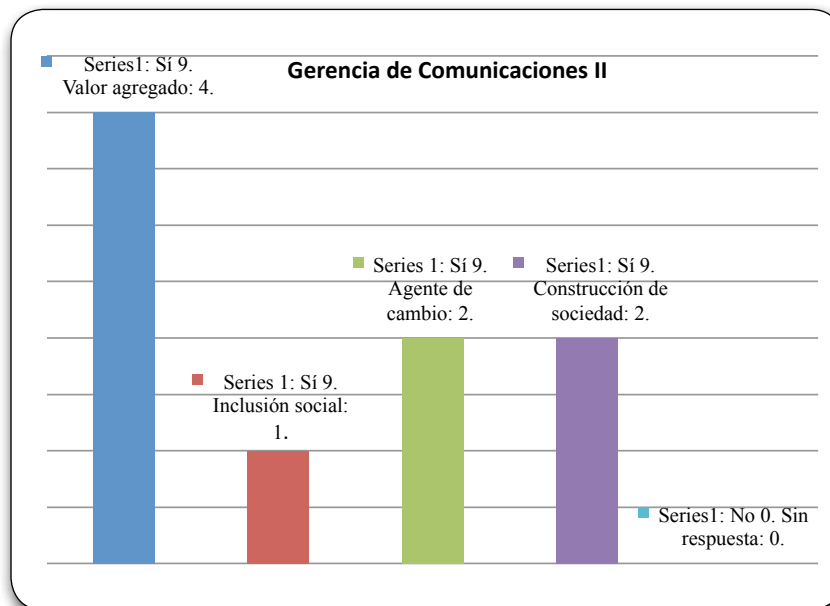
Para los estudiantes de quinto semestre el atractivo aporte iría en la línea de ser generador de conciencia social, en la construcción de confianza en sí mismo y al ser una renovación de la visión y de la profesión en sí misma. Mientras que para los de décimo semestre se resume en: valor agregado.

**Gráfica 1**  
**Resultados**



Fuente: elaboración propia.

**Gráfica 2**  
**¿Cómo cree usted que la asignatura Comunicación Relacional le aportaría a su perfil profesional?**



Fuente: elaboración propia.

## Propuesta de Syllabus

*Programa de Comunicación Social y Periodismo*

*Asignatura: Comunicación Relacional*

*Área: Comunicación*

### *Justificación de la asignatura.*

La figura del Comunicador Relacional se encuentra engranada con la filosofía de la Universidad Sergio Arboleda y busca integrar la formación tradicional de la profesión con un enfoque humanista, fundamentado en el principio de confianza, amorosidad del lenguaje y una visión renovada del perfil profesional como agente de cambio. Es imperiosa la urgencia que tiene la sociedad de contar con profesionales e individuos comprometidos con el humanismo y, en términos de esta asignatura, Comunicadores Sociales y Periodistas que comprendan su desempeño cotidiano como un acompañamiento que dignifica al individuo y

construye sociedad, contribuyendo a erradicar de a poco un desequilibrio natural producto de algunos profesionales autómatas que solo se limitan a informar.

### *Objetivo general.*

Consolidar el perfil del Comunicador Relacional en los estudiantes de Comunicación social y periodismo de la Universidad Sergio Arboleda, como agentes que dignifican al ser, a través de la misión y visión de su profesión y no solo como individuos que se limitan a informar y generar contenidos para una organización y/o medio.

### *Objetivos específicos.*

- Desarrollar las características y el componente relacional en los estudiantes, quienes adquirirán competencias hermenéuticas, a través del trabajo en el aula y fuera de ella.

- Acercar al estudiante a la realidad profesional en las diferentes esferas en las que desarrollará el ejercicio de su profesión.
- Perfilar una visión estratégica, articuladora e integral que le permita al estudiante empoderar su rol y dinamizar en un contexto cambiante y globalizado del siglo XXI.

#### *Núcleos temáticos.*

- Semana 1: Presentación de la asignatura; establecimiento de acuerdos y compromisos.
- Semana 2: Principios de la Escuela Matriztica.
- Semana 3: Inteligencia Relacional.
- Semana 4: Empoderamiento del Comunicador Relacional en las organizaciones.
- Semana 5: El Comunicador Relacional como agente articulador en un medio.
- Semana 6: Parcial n.º 1: examen oral grupal - Espacio tipo conversatorio. En un escenario de mesa redonda se planteará una discusión en la que mediante juegos de rol, se tendrá en cuenta los elementos argumentativos de cada estudiante con base en el componente relacional.
- Semana 7: Antecedentes de la Nueva Teoría Estratégica.
- Semana 8: Definición y características de la Nueva Teoría Estratégica.
- Semana 9: Nuevas perspectivas de comunicación desde la Nueva Teoría Estratégica.
- Semana 10: La Nueva Teoría Estratégica y la Comunicación Relacional.
- Semana 11: Parcial n.º 2: mediante una prueba escrita se medirá la interiorización teórico- práctica de los conceptos de la NTE y su aplicación a la Comunicación Relacional.
- Semana 12: La comunicación como un camino y no un fin último.

- Semana 13: Definición y visión del DirCom, como profesional polivalente.
- Semana 14: Retos del Comunicador Social y Periodista Relacional del siglo XXI.
- Semana 15: Retos del DirCom Relacional del siglo XXI.
- Semana 16: Revisión de casos y retroalimentación final.
- Semana 17: Parcial final: desarrollo de un caso en el que se aplique el componente relacional como un taller práctico que refleje en escala las aproximaciones de un escenario real.

#### *Metodología.*

Esta asignatura se desarrollará en un ambiente propicio de relaciones y conversaciones donde el estudiante viva los contenidos a través de las experiencias dentro y fuera del aula, con esta metodología se logrará romper paradigmas y esquemas de aprendizaje de una educación tradicional. Se buscará crear en el estudiante una experiencia desde el trato y los acuerdos que se establecerán a lo largo del periodo académico. Los recursos pedagógicos que se emplearán en el transcurso de la asignatura serán: visitas empresariales y medios de comunicación, encuentros en el aula, participación de foros y conversatorios, así como el acompañamiento de profesionales que con su saber enriquecerán y ampliarán la visión y misión del aprendiz.

#### *Evaluación.*

- Primer corte: 30 % - Examen oral y talleres.
- Segundo corte: 30 % - Examen escrito y quices.
- Tercer corte: 40 % - Desarrollo de un caso, aplicación del componente relacional y ensayo.

*Perfil docente.*

Profesional titulado que demuestre experiencia en comunicación estratégica, organizaciones y medios, así como dominio del componente relacional. Es indispensable que cuente con una formación en pedagogía, esté a la vanguardia de los acontecimientos nacionales e internacionales y que su filosofía profesional esté anclada a una renovación social a través de su ejercicio como formador y transmisor no solo de información y conceptos, sino como consolidador de un nuevo perfil profesional: el del Comunicador Relacional.

**Análisis de resultados****Comunicación Estratégica y Relacional.**

Ineludiblemente en el momento en el que se habla de Comunicación Estratégica, nos referimos a Comunicación Relacional. Pues a partir de las entrevistas realizadas a expertos en la comunicación, coincidieron en que toda Comunicación Estratégica es, debe y/o tendría que tener el componente relacional, aunque si bien hablamos de comunicación *per se*, se habla de relación, no obstante, con las percepciones obtenidas acerca del componente relacional que se plantea en esta investigación, se reafirmó la necesidad de incorporarlo a la comunicación desde la academia, que luego pasaría a la praxis en las organizaciones y medios de comunicación.

De igual manera, se ha entendido que al definir el perfil del comunicador de la Universidad Sergio Arboleda, con el componente relacional, obedece a la integralidad que éste le aporta al perfil humanista con el que actualmente cuenta; pues, como expresa Roveda (comunicación personal, 2015), “El Comunicador Relacional es aquel profesional de la comunicación, que entiende el circuito de la comunicación, como producción y circulación, a partir de la comprensión de los contextos culturales que dan sentido a la comunicación”.

Adicional al aporte que el autor plantea, se dice que en esta investigación el Comunicador Relacional es el que crea, construye y edifica una comunicación de tinte relacional, a partir de su lenguaje, la confianza y la ejemplificación propia.

De igual manera, Roveda (comunicación personal, 2015) manifiesta que cuando se habla del Comunicador Relacional, se estaría hablando de una comunicación y un hombre mucho más hermenéutico, es decir, un gran intérprete de la realidad, que está en capacidad de leer, interpretar, describir, correlacionar su entorno, antes de interactuar con él.

Entendemos entonces, que el Comunicador Relacional de la Universidad Sergio Arboleda estaría integrando a un perfil humanista y relacional de carácter hermeneuta y holístico, transversal a todo proceso estratégico, visto y aplicado desde los procesos de comunicación con las personas y las organizaciones.

**Matríztica y construcción social.**

El planteamiento de esta investigación ha sido el producto de una simpatía primera por la teoría de Humberto Maturana, biólogo-chileno, quien en sus estudios ha tratado de entender el comportamiento del hombre, a partir de la comprensión de la vida humana, su biología y la manera de cómo nos relacionamos, mediante el uso de las emociones que tenemos y creamos con nuestro sistema cognitivo y nervioso.

El desarrollo de la amorosidad en su lenguaje, la confianza y las relaciones a largo plazo, han permitido alimentar este proyecto, que a su vez, como expone la filósofa Sandra Massoni, la escuela Matríztica, también ha resultado ser un antecedente de la teoría de la comunicación estratégica. Además, según Massoni (2010): “Es un antecedente de carácter científico, que la Nueva Teoría Estratégica ha tomado por varios componentes, pero en particular el de la auto-organización”.

Resultaría pertinente incluir y mencionar la Nueva Teoría Estratégica al producto final de esta investigación, debido a que entrelaza la manera como nos vemos y entendemos en un espacio y entorno emocional y relacional.

De acuerdo con la manera de cómo nos comportamos en diferentes espacios, Roveda (comunicación personal, 2015) expresa que la comunicación por mucho tiempo fue una comunicación plana y llana; y saltar de ese tipo de comunicación a una más racional pasó alrededor de cincuenta años, siendo esta más medida y cuantificada.

Ahora, a partir del siglo XXI, hablamos de acuerdo a la Nueva Teoría Estratégica y en especial, el cambio del actor racional al hombre relacional, un repensar en la formación, pues según Roveda, a los comunicadores ya no solo se les debe enseñar a actuar, sin medir la realidad y siendo activistas en los medios, sino que debe ser una formación en la que se facilite interpretar el entorno.

Lo anterior, demuestra ser indicadores de la viabilidad y pertinencia de esta investigación, la cual busca una manera distinta de concebir y pensar al comunicador, para actuar de manera relacional en un entorno mucho más dinámico y tecnológico.

## Conclusiones

Hoy día vivimos inmersos en una cultural relacional de papel, es decir, superflua que establece vínculos inmediatos para un corto periodo, donde lo que prima es concluir la acción, alcanzar la meta y obtener el resultado, sin que cuente el proceso que se llevó a cabo, o incluso si a lo largo de él se resquebrajó o anuló la relación.

La invitación es articular en todas las manifestaciones de expresión del ser humano, una comunicación configurada en el principio relacional, para que producto de ello, las relaciones sean un cálido fluir bajo un lenguaje

armonioso donde no sea prioritario el resultado, sino el proceso que lo induce.

Así mismo, la propuesta es la de definir el perfil del Comunicador Relacional desde la academia, para que a través de ella se logre llegar y aplicar a las organizaciones y medios de comunicación. Este perfil se encuentra alineado a la filosofía de la universidad que, en suma, concebirá el humanismo integral, con el que todo Comunicador social y periodista del siglo XXI debe contar.

Al hablar de un perfil de Comunicador social y periodista relacional, no solo se está mostrando una integralidad en la formación, sino que se propone una nueva ruta de navegación hacia relaciones a largo plazo, donde prime la confianza y los vínculos que se establezcan perduren, que se funden convenios sostenibles y en todo caso la dignidad del ser sea inquebrantable.

Finalmente, si partimos de la premisa que el comunicador es responsable del entorno que lee, pero sobre todo, responsable del entorno que construye, será entonces el Comunicador Relacional un hombre o mujer de paz, responsable de configurar puentes para establecer diálogo, favorecer la interacción y en suma, articular, integrar y comunicar hermenéuticamente los escenarios que un mundo globalizado, como en el que hoy estamos exige.

## Referencias

- Costa, J. (2005). *DirCom on-line*. Madrid: Design.
- De la Fuente, J. (1997). El lenguaje desde la biología del amor. *Literatura y Lingüística*, 10, 1-23.
- García, J., & Manga, M. (2007). *Inteligencia Relacional*. Santiago de Chile: Editorial Vergara.



- Massoni, S., & Pérez, R. (2001). *Hacia una teoría general de la estrategia*. Barcelona: Ariel Comunicaciones.
- Maturana, R. (1995). *Emociones y lenguaje en educación y política*. Santiago de Chile: Dolmen Ediciones.
- Pérez, R., & Echenique, R. (2014). *Nueva Teoría Estratégica: El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad*. España: Santillana del Pacífico S.A.
- Universidad Sergio Arboleda. (2011). *Centro de Negociación Relacional*. Recuperado de <http://www.usergioarboleda.edu.co/escuela-internacional-de-administracion-y-marketing/centro-de-negociacion-relacional/>
- Vásquez, A. (2013). *Biología cultural: Peter Sloterdijk y Humberto Maturana: esferas, antropotécnicas y autopoiesis. Fundamentos olvidados de lo humano. Transversales*. Recuperado de [http://philosophieliterature.blogspot.com.co/2013/08/biologia-cultural-peter-sloterdijk -y\\_1646.html](http://philosophieliterature.blogspot.com.co/2013/08/biologia-cultural-peter-sloterdijk-y_1646.html)
- Vásquez, A. (2013). *De la biología del conocimiento y del emocionar a la constitución de lo humano en Humberto Maturana*. Recuperado de <http://adolfovrocca.blogspot.com/h-maturana-biologia-del-conocimiento-esferas-y-espacios-de-co-inspiracion-adolfo-vasquez-rocca>

