

El líder y el capitalismo “soft”

Villanueva Lendechy, Héctor Manuel

2018-10-17

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/3982>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

El líder y el capitalismo “soft”.

Héctor Manuel Villanueva Lendecky

Publicado en “Lado B”, el 17 de octubre de 2018. Disponible en:

<https://ladobe.com.mx/2018/10/el-lider-y-el-capitalismo-soft/>

La figura del líder sigue siendo objeto de estudio desde hacia varias décadas. Algunos autores casi se lo han mitificado haciéndolo parecer un dotado de cualidades casi sobrehumanas y en otras, su figura parece casi indeleble ante un complejo y eficiente sistema de gestión organizacional. Lo cierto es que abunda la literatura en la que se presentan conceptos del líder, algunos de los cuales presentan varias convergencias y casi imperceptibles diferencias a falta de marcos teóricos más robustos e investigaciones de campo con metodologías más originales.

En este orden de ideas, se identifican las siguientes características del líder:

1. Es un guía.
2. Se comunica de manera asertiva.
3. Coadyuva a que los subordinados muestren su potencial.
4. Tiene un pensamiento estratégico.
5. Busca el beneficio de las personas que están con él.
6. Es negociador.
7. Tiene un alto índice de inteligencia emocional.
8. Rompe sus paradigmas y genera cambios.
9. Es un estratega experimentado, etc.

La lista puede ser casi interminable, sobrecargándose cada vez más el rol del líder. Además, algunos autores enuncian estas características con un carácter descriptivo y aspiracional, es decir que el líder debe tener tal o cual comportamiento para ser un mejor líder, sin considerar el contexto, las características particulares del líder o del seguidor. Aunado a lo anterior, en varios de los estudios los sujetos ocupan una posición de autoridad

en la organización y no es del todo claro si los individuos porque tiene una autoridad lineal sobre ellos o porque los consideran como su líder.

En este orden de ideas, en la actualidad el concepto de líder se ha visto afectado por su contexto económico y social, denominado el capitalismo “soft” o capitalismo terso. Para comprender el nacimiento de este es necesario mencionar que surgieron en el campo del *management* (a partir de los años ochentas) una gran cantidad de modas (a diferencia de décadas anteriores) que prometieron solucionar los problemas de las organizaciones pero que al carecer de fundamento provocaron fracasos. Sin embargo, fue la búsqueda de nuevas herramientas administrativas la que ha generado nuevas prácticas, dispositivos organizacionales y valores de trabajo, que conformaron al capitalismo “soft”.

El capitalismo “soft”, es el capitalismo de la era postindustrial y responde a las necesidades de mercados más cambiantes y dinámicos, hiperconsumistas, más individualistas y frívolos. A diferencia del capitalismo industrial caracterizado por una ética (Ethos) de la “auto-abnegación” y el “auto-sufrimiento”, la ética del capitalismo “soft” se caracteriza por la “auto-afirmación”, de manera que los valores que guían a los trabajadores y consumidores se relacionan con la búsqueda de la felicidad, el bienestar en el trabajo y sentirse bien cuando se consume.

Por lo anterior, la ética del capitalismo “soft” es la “ética del auto-trabajo” y se relaciona con la “gestión del Yo” de manera que además de auto-gestionarse en el trabajo también se auto-gestionan aspectos personales, por ejemplo: decisiones de estilo de vida, es decir, lugar de residencia, opciones de pareja(s) y compañero(a)s, elección de amistades, pautas de consumo hedonistas, vitales, estimulantes. En la “ética del auto-trabajo”, cada individuo debe ser el administrador (gestionare) de su vida, fijarse objetivos, evaluar sus desempeños, hacer su tiempo rentable.

Las organizaciones que forman parte del capitalismo “soft” han transitado de la gestión del “homo faber” que es un trabajador “disciplinado” por valores organizacionales rígidos y cuyo trabajo era básicamente material, a la gestión de un trabajador más intelectual y al que se le permite y él mismo se permite divertirse en el trabajo, cercano al “homo ludens”, por lo tanto es más creativo, innovador, propositivo, cooperativo, lúdico, se guía con valores

organizacionales más flexibles, orientados al cumplimiento de metas y quizá menos disciplinado en cuanto a horarios y procedimientos a seguir.

Con base en lo anterior, se considera que el líder en este tipo de capitalismo tiene roles diferentes porque se enfrenta a retos nuevos, por ejemplo, debe dirigir a individuos que no solo ven al trabajo como un medio para satisfacer sus necesidades materiales, sino también como un vehículo para cumplir sus expectativas relacionadas con la auto-realización y la felicidad en el mismo. Estos trabajadores son más creativos, auto-gestionados e innovadores y responden menos a la rutina del capitalismo post-industrial, lo que implica que el líder deberá generar los dispositivos organizacionales, incluyendo a los lúdicos, que impulsen y canalicen los intereses laborales de estos trabajadores.

En este orden de ideas, el líder también coadyuvará a la búsqueda que hace el trabajador de su potencial mediante formas directivas como el “coaching”, el cual fomenta a la reflexión, al conocimiento de sí mismo y el planteamiento de preguntas detonadoras relacionadas con nuevos niveles de desempeño y las rutas de acción correspondientes. Lo anterior, es sin duda, un desafío para los líderes del capitalismo “soft” que deben responder a objetivos organizacionales cada vez más retadores.