

LIDERAZGO E IMAGEN PÚBLICA

Objetivos

- Describir el liderazgo en base a la credibilidad y la relación existente entre ambas.
- Contextualizar el liderazgo empresarial en base y en relación a la imagen pública y su difusión en los medios de comunicación social

1. LA CREDIBILIDAD: BASE DEL LIDERAZGO EXITOSO

Según los autores del libro, “La Credibilidad: Como se gana, se pierde, y porque la gente la reclama”, la clave al liderazgo exitoso tiene base en la credibilidad.

La credibilidad se define como tener la cualidad de ser creíble o parecer verdadero.

La credibilidad es importante para cualquier líder ya que las personas están más dispuestas a seguir a alguien si pueden creer lo que esa persona dice y hace.

Se debe recordar que hay una gran diferencia entre la dirección y el liderazgo.

2. SEIS DISCIPLINAS QUE SON CLAVE PARA OBTENER CREDIBILIDAD

Hay seis disciplinas que son clave para obtener credibilidad:

- a) Descubrirse a sí mismo
- b) Apreciar a los constituyentes
- c) Afirmar valores compartidos
- d) Desarrollar capacidad
- e) Servir un propósito
- f) Sostener la esperanza

3. LÍDERES, IMAGEN PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La mañana del cuatro de febrero de 1992, el teniente coronel Hugo Chávez Frías, jefe del intento fallido de golpe de estado, rinde las armas en una presentación de 30 segundos de televisión. Observa un país expectante e inmediatamente, por el temple demostrado y ante una audiencia desencantada del sistema político, se produce la reacción carismática: en esos 30 segundos, el líder golpista pasa de una notoriedad pública de 0 a 100 por ciento.

El hecho es que hoy el liderazgo está determinado por la aparición en el espacio público, con todo lo que eso implica y que trataremos de analizar. Hay tres problemas que habría que dilucidar. Uno es si podemos asimilar como líder a toda persona notoria que aparezca en los medios. Dos, el hecho de la comunicación social está afectando de manera ostensible al liderazgo, pues éste es fácilmente construido pero también demolido. Tres, el liderazgo para los asuntos públicos, como consecuencia del desprestigio de la actividad política, puede tender a desplazarse a otros actores del espacio público.

- *Liderazgo y medios de comunicación social*

La poca aceptación que tienen hoy los actores políticos está reconocida y no necesita mayores comentarios, y el diagnóstico que presentamos al principio así lo demuestra. El hecho de que el liderazgo político sea un producto de los medios de comunicación social más que del diario contacto con la gente tiene el doble efecto, reiteramos, de que los grandes ídolos pueden pasar a ser líderes políticos y, por la otra, el hecho de que los medios de comunicación tienden a construir liderazgos aceleradamente, como también a volatilizarlos rápidamente, al no ser edificados dichos liderazgos sobre sólidas bases de compenetración líder-seguidores. Ya se ha llamado la atención sobre el surgimiento, en los tiempos que corren, de un nuevo tipo de político, el producido por la televisión. Collor de Melo, Perot, Berlusconi y Shirinovski, para nombrar algunos, son ejemplos sobre el cambio gestado en la relación entre los medios y la política. De acuerdo con Sonntag, el fenómeno hay que entenderlo sobre el trasfondo de dos elementos: el desencanto de la gente con las formas rutinarias de hacer

política, por lo cual estos nuevos personajes que ya han sido bautizados como de la anti-política, aparecen como salvadores y, en segundo lugar, el poder avasallante de los medios, especialmente de la televisión.

En el caso de Chávez. Podemos añadir los datos de la encuesta de 1994 en Caracas, cuando a la pregunta "ahora que hablamos de Chávez, lo que piensa bueno o malo de él, ¿a cuáles de estos medios se lo atribuye?", fue respondida así: televisión, 78,9%; periódicos y revistas, 63,0%; conocimiento personal, 11,6 %; radio, 40,7%; gente que lo conoce o vio, 10,6 %; comentarios de la gente, 39,4%; rumores, 31,9%.

4. *¿JEFES O LÍDERES? ¿QUÉ SE REQUIEREN EN LA ORGANIZACIÓN?*

En todas las organizaciones es necesario establecer mandos que vigilen el desempeño y trabajo de los miembros en todos los niveles. Las jefaturas son necesarias pues además se encargan de detectar y resolver conflictos, todo ello en la búsqueda constante de la productividad en su área. Sin embargo, la dinámica de trabajo actual ha roto numerosos paradigmas y las diferentes concepciones de lo que es el trabajo.

Las demandas de resultados se vuelven más aceleradas y el trabajo no previsto es el pan de cada día, por lo que los miembros de las organizaciones trabajan bajo presión a todas horas, lo que de manera inevitable afecta no sólo su salud y estado de ánimo sino también su productividad.

5. *ACTOS LINGÜÍSTICOS*

Rafael Echeverría en su obra *Ontología del Lenguaje*, señala que una persona cultiva su imagen pública cuando manifiesta una congruencia en lo que clasificó como "*actos lingüísticos básicos*" en su comunicación con los demás. En lo que respecta al liderazgo y su imagen pública, quedarían establecidos de la siguiente forma:

- **DECLARACIONES.**

Un líder cumple con todo lo que declara, pues tiene el potencial y autoridad para llevar a cabo sus declaraciones sin caer en compromisos incumplidos que afectan el tiempo y las expectativas de los demás.

- *AFIRMACIONES.*

Un líder habla de cuestiones que le constan o de las que tiene pruebas fehacientes, su comunicación no está basada en rumores o “radio-pasillos”, con eso fomenta la confianza en sus allegados.

- *JUICIOS.*

El líder no hace interpretaciones viscerales de lo que hacen o dicen los demás, basa sus juicios en la autoridad que le da su conocimiento en el tema, de ahí que reconozca la labor y la opinión de los diferentes expertos que hay a su alrededor.

- *PROMESAS.*

Un líder hace compromisos claros, especifica lo que está prometiendo en cantidad, estándares de calidad y plazos de entrega, todo esto con base en el conocimiento y capacidades de él y su equipo de trabajo.

- *PETICIONES.*

El liderazgo se realza cuando la persona a cargo sabe que la importancia de solicitar cualquier cosa a su equipo de trabajo tiene establecidos, como las promesas, estándares de calidad y tiempo bien especificados. Con esto el líder hace que aumente el grado de responsabilidad y el espíritu de equipo.

- *OFERTAS.*

Sin duda un líder hace saber que los ciclos coordinadores de acciones se estructuran también cuando en el liderazgo se sabe especificar lo que se puede ofrecer y los compromisos que se adquieren cuando las ofertas en la organización son

aceptadas, pues se convierten automáticamente en promesas a cumplir.¹

6. EL PODER DE LA IMAGEN PÚBLICA

Construir una imagen pública requiere de la conjunción de muchos elementos, todos ellos igual de importantes (publicidad, entre otros) que bien coordinados y producidos evitarán la existencia de contradicciones que impidan la coherencia del mensaje del cliente, cualidad estrictamente necesaria para convencer al grupo objetivo de que se es mejor en algo y que por lo tanto se merece su credibilidad y confianza.

Y con la reputación debemos ir en constante crecimiento, no nos debemos confiar, si ahora estamos en una buena posición debemos mantenernos y superarnos.

Empresas como IBM se han mantenido a través de los años como una excelente manufacturera de computadoras y sin embargo al preguntar a miles de personas que era lo primero cuando se les venía a la mente acerca de IBM las respuestas más frecuentes eran las que mencionaban las rígidas e impecables normas de vestuario de sus representantes.

La gente consultada asociaba estos dos aspectos de imagen personal y visual con la seriedad de la empresa y la calidad de sus productos y eso podemos identificarlo con construir una buena imagen y una buena reputación.

Estos factores fueron muy importantes para la supervivencia de esta empresa frente a sus agresivos competidores.

Si IBM se hubiera confiado hace 15 años, en lo bien establecida que estaba y hubiera hecho desaparecer los códigos de vestuario la historia no fuese la misma.

La reputación no es un arma que se utiliza para sacar provechos a corto plazo; es un patrimonio que se conserva y se sigue

¹ ¿Jefes o Líderes? ¿Qué se requieren en la organización?: Israel Valencia, artículo informativo

cultivando para que siga creciendo. Es el plus que no tiene precio.

7. EL PODER DE LA REFLEXIÓN

Del extenso caudal de conocimientos de orden trascendente que la ciencia logosófica ha puesto a disposición del género humano, nos vamos a ocupar en esta oportunidad de algunos aspectos relacionados con la reflexión; sus funciones, sus interrelaciones con el mecanismo del sistema mental, sus formas de accionar, las resultancias de su cultivo y los beneficios que se derivan de su trabajo.

Mencionamos el mecanismo del sistema mental, por cuanto es allí en primer lugar, donde deben comenzarse las distintas vías de investigación sobre este tema.

La ciencia logosófica ha enunciado en forma pormenorizada la estructura del sistema mental del ser humano, constituyendo este mecanismo una parte ponderable de su configuración sico-espiritual.

Allí existen diversas facultades como la de entender, pensar, razonar, recordar, observar, etc., cada una con sus funciones propias específicas. Además, conforman el mecanismo mental, otras facultades accesorias, las que cumplen labores complementarias de gran utilidad, entre las que se encuentran la de discernir, combinar, concebir, reflexionar, etc. Puestos a razonar sobre este tema, surge entre otros, el interrogante de ¿qué funciones cumple esta facultad de reflexionar en la operativa del mecanismo mental? ¿Será importante contar con su asistencia o en realidad no resulta relevante el producto de su accionar?

Plantearse estas u otras interrogantes similares, lo consideramos un ejercicio de interés por cuanto estimula el accionar de la inteligencia, lo que propicia el inicio de un trabajo de estudio e investigación sobre sus funciones y todo cuanto se relaciona con sus formas de acción en el organismo sicológico del ser humano. Aun cuando en ocasiones se convoca consciente o inconscientemente el accionar de la reflexión, debe admitirse que en general esto acontece cuando se debe resolver alguna determinada situación particular de carácter físico o algún

problema particular de otra naturaleza, que demanda una respuesta o una solución. Y esto usualmente se produce luego de recurrir en primera instancia a algunas facultades de la inteligencia como la de entender, de razonar, de pensar, de observar, etc.

Debe aceptarse entonces que la reflexión, así como otras de las facultades accesorias, entran en acción luego de ser convocadas como auxiliares complementarias de las primeras. Mas esta situación no siempre se produce, lo que en muchas circunstancias todo queda circunscrito a las resultancias del accionar, acertado o no, de las facultades centrales del mecanismo mental.

El conocimiento logosófico no desconoce la importancia del accionar de la reflexión aplicada a aspectos o situaciones de orden físico, ni tampoco a las que corresponden aún a planos extra-físicos, los que en muchas circunstancias se presentan demandando una resolución.

La ciencia logosófica centra su accionar en planos trascendentes, esto es, que extravasan los límites que corresponden a los aspectos físicos, incursionando en los espacios del mundo mental, del mundo de las causas y desde allí, proporciona los conocimientos, los recursos habilitantes para poder accionar con la mayor justeza posible en esos dos planos.

Conociendo las formas de accionar de la reflexión, los estímulos a los que responde, las alternativas que en muchas ocasiones impiden o dificultan su puesta en funcionamiento y los medios para evitar que los mismos prevalezcan sobre las decisiones de la voluntad, éstos se constituyen en valiosos elementos cognitivos para poder actuar con acierto en situaciones de carácter físico o extra-físico.

Enfoquemos en primer lugar los elementos directamente vinculados al mundo interno individual donde tienen su origen las distintas instancias tanto sean éstas expuestas o se mantengan en discreta reserva. Los actos reflexivos, suponen diversas secuencias previas, tanto mentales como sensibles, donde pueden intervenir diversas facultades del intelecto tales como la de razonar, pensar, recordar, agradecer, sentir, etc. Desde luego que en cada caso y en cada circunstancia, usualmente

intervienen con mayor o menor incidencia alguno o algunos de estos elementos en esas etapas previas donde se procede a elaborar un juicio o construir un concepto sobre el tema de que se trate.

Desde luego que, tratándose de mentes y sicologías adiestradas en el uso de determinadas áreas de los conocimientos comunes, seguramente les habrá de resultar accesible, guiar a la reflexión por caminos acertados, independientemente de que conozca o no los estados previos que precedieron al juicio elaborado. Es esta una situación concreta que seguramente muchos han experimentado en varias oportunidades en temas de su conocimiento. Pero indudablemente es esta una situación que, como se anotó anteriormente, es la culminación de un proceso previo, un resultado del empleo de conocimientos vinculados al tema planteado.

Logosofía proporciona en este tema, así como lo hace en tantos otros, elementos de valía que permiten al estudiante situarse lo más próximo a la realidad, situación que lo habilita en forma progresiva a administrar con mayor solvencia, los enfoques y las resoluciones que pueda adoptar en cada circunstancia en las que deba pronunciarse o actuar.

Uno de los primeros recursos que facilitan el accionar de la reflexión consiste en proporcionar un ambiente interno sereno, equilibrado, lo que permite o facilita un accionar controlado, si es posible, libre de urgencias.

No siempre es factible lograr esta situación, pero los ejercicios que puedan haberse realizado en etapas anteriores, indudablemente facilita la posibilidad de obtener resultados más ajustados en esta función. El entrenamiento en esta práctica, reditúa beneficios que acreditan seguridad, solvencia y confianza en sí mismo.

Otro factor que necesariamente debe considerarse al evaluar el resultado del accionar de la reflexión, queda condicionado en buena medida a los conceptos o juicios que cada cual posea sobre hechos, circunstancias o aconteceres actuales o pasados. Si a las facultades de entender, juzgar o pensar se le proporcionan elementos no coincidentes con la realidad, evidentemente los resultados del accionar de la reflexión

quedarán condicionados por los datos que le fueran suministrados. La práctica de interrogarse y juzgar con objetividad los conceptos o juicios que cada cual posea sobre los más variados temas de su conocimiento, implica una labor que no siempre se está dispuesto a realizar, situación que impide verificar por sí mismo la justeza o corrección de sus propios enfoques.

Incursionar en el análisis objetivo de los conceptos que cada cual considera correctos, reiteramos, reclama la tenencia de un espíritu abierto que habilita, y sumado a esto, la realización de un trabajo analítico sin concesiones; esto es, poner en acción el valor que impulsa la revisión de lo que se posee.

¿Cómo se impulsa esta acción revisionista? Atendiendo las interrogantes, los eventuales reclamos de la sensibilidad, las inquietudes que no siempre se les permite manifestarse, las eventuales dudas que tal vez fueron acalladas más de una vez, los reclamos a veces inaudibles de la razón a la que no siempre se le permite manifestarse.

Cada cual podrá emplear estos u otros recursos que considere apropiados a su situación actual. Realizar esta acción en el propio ámbito interno, podemos afirmar que proporciona grandes beneficios, tanto en el momento de realizarse, así como sobre su proyección a futuro.

El poder de la reflexión se cultiva, se perfecciona y en este trabajo consciente de promocionar sus mecanismos de acción, proporciona en grados crecientes seguridad, certezas, equilibrio y confianza en sus pronunciamientos. Es claro que esta facultad accesoria del mecanismo mental deberá actuar armónicamente coordinada con otras facultades del sistema como la de razonar, de pensar, de observar y de juzgar, no excluyendo los aportes que pueda proporcionar el sistema sensible, el que muchas veces aporta una cuota de equilibrio y sensatez que en ocasiones resultan muy necesarias.

No queda fuera del accionar de la reflexión el control de las propias actuaciones, pasadas o presentes, adicionando con esta práctica un juicio imparcial de hechos o acontecimientos en los que cada cual haya intervenido. La reflexión serena los ímpetus irreflexivos del ánimo, en tanto permite que se produzcan

espacios donde la paciencia y la responsabilidad individual, puedan disponer de lugares de acción.

PREGUNTAS DE REFUERZO

- Mediante ejemplos explique los actos lingüísticos.
 - 1. Afirmaciones:** Se basa en las descripciones que se realiza ante algo que se observa es decir se habla de hechos y de este modo podemos realizar afirmaciones verdaderas y falsas.
 - 2. Declaraciones:** es un acto que está basado en las posibilidades que pueden existir en un determinado tema, es decir siempre se está generando nuevas ideas.
 - 3. Juicios:** Es un lenguaje que vive en la persona que lo formula. Si una comunidad ha otorgado autoridad a alguien para emitir un juicio, éste puede ser considerado como un juicio válido para esa comunidad.
 - 4. Promesas:** Son aquellos actos que comprometen ante otra persona al momento de ejecutar una acción a futuro.
 - 5. Peticiones:** Es un acto lingüístico que solicita algo a una persona u oyente.
 - 6. Ofertas:** Es un acto que presenta o da una oportunidad a una persona en la cual busca aceptación y compromiso.
- Nombre a una persona que usted considere que por su imagen pública ejerce el poder y explique el porqué.

Muchas veces para fomentar los negocios de sus dueños es tan potente que no importa el éxito económico de los mismos medios, interesa su ganancia política.

Esto significa que empresas como RCN en Colombia (propiedad del millonario de las gaseosas Carlos Ardila Lülle) logran, por ejemplo, frenar un impuesto a las bebidas azucaradas a través del bombardeo mediático desde su canal de televisión.

¿Qué es la credibilidad?

Es una cualidad de ser creíble que una persona muestra o presenta de acuerdo con lo que dice y hace, también para la clave de un liderazgo exitoso es necesario tener una base en la

credibilidad, ya que de acuerdo con esto las personas creen y llegan a seguir a un líder basándose en lo que dicen y en la demostración de sus actos.

Explique las Seis disciplinas que son clave para obtener credibilidad

- a) Descubrirse a sí mismo: Esto implica identificar los valores de uno, en ser coherente con lo que se cree y se hace.
- b) Apreciar a los constituyentes: Se llega a ganar credibilidad cuando se muestra un interés en los constituyentes y a la vez se valora los distintos puntos de vista del equipo de trabajo.
- c) Afirmar valores compartidos: Cuando una organización comparte valores comunes, entonces se puede decir que existe una cooperación y trabajo en equipo.
- d) Desarrollar capacidad: Transforman a sus colaboradores en líderes y los facultan para hacer el trabajo.
- e) Servir un propósito: En donde el esfuerzo está dirigido a alcanzar un propósito y no a obtener un beneficio personal.
- f) Sostener la esperanza: Se ve siempre el lado positivo de las cosas, aún en medio de circunstancias difíciles, se llega a ser optimista.

¿Que requieren las organizaciones? ¿Jefes o líderes?

En las organizaciones es necesario establecer mandos que permitan mantener un seguimiento de las actividades que realizan todos los miembros, con el fin de poder cumplir o alcanzar los objetivos propuestos, los jefes y los líderes ambos son de mucha importancia en las organizaciones, ya que después se llega a presentar el trabajo no previsto y muchos de los miembros no están aptos para el trabajo a bajo presión por ende se presentan los problemas de salud, de estado de ánimo y puede llegar hasta disminuir la productividad.

¿Cuál es la influencia que ejercen los medios de comunicación social en la sociedad y en las organizaciones?

Pues que los medios de comunicación constantemente dan información sobre los distintos sucesos sociales, políticos o económicos también tienden a construir liderazgos aceleradamente, y a volatilizarlos rápidamente. Y hoy en día el liderazgo se llega a determinar por la aparición en un espacio público cosa que hace creer a una sociedad en líderes falsos o sin las características necesarias.

¿Cuál es la importancia de la imagen pública?

La importancia de la imagen pública permite que los clientes tengan una percepción de lo que se está ofreciendo ya sea un producto o servicio, debe existir una coherencia entre la imagen y el mensaje que se quiere presentar o mostrar a los clientes con el fin de brindar credibilidad y confianza.