

# QUÉ ES LIDERAR

FASCÍCULO # 4

Liderazgo es una palabra que se escucha con frecuencia. Se habla de buenos y malos líderes. De sus características y modelos. En este capítulo podrá identificar qué habilidades tiene para ejercerlo.

LIDE  
RAZ  
GO  
consciente

PÁG / 26 | Carácter, convicción  
y disciplina: pilares para liderar



RESPALDA

Industria y Comercio  
SUPERINTENDENCIA

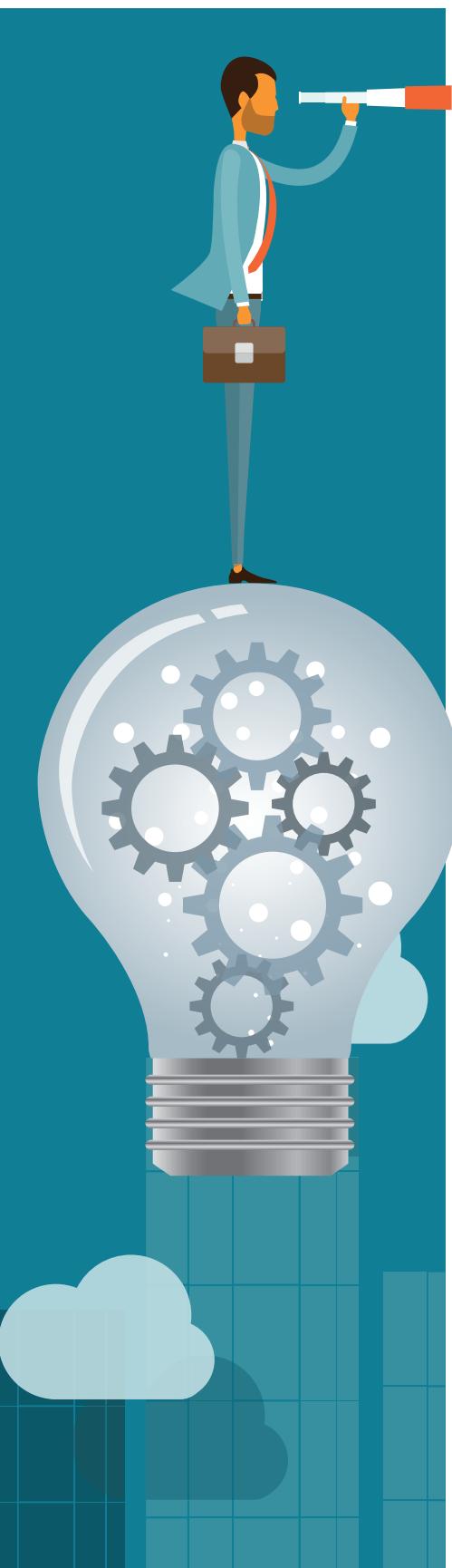
MINCOMERCIO  
INDUSTRIA Y TURISMO

TODOS POR UN  
PAÍS  
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

equidad  
seguros

BBVA

APOYA



*“Si al cabo de varios meses la práctica que estamos realizando no ha producido ninguna transformación, debemos considerar la situación y cambiar el enfoque y aprender más, hasta encontrar la práctica correcta que transforme nuestra vida y la de los que amamos”.*

Thich Nhat Hanh

# CARÁCTER, CONVICCIÓN Y DISCIPLINA: PILARES PARA LIDERAR

POR

Lina Rengifo Niño

Las preguntas siempre serán las mismas. ¿Qué fue primero: el huevo o la gallina? ¿El líder nace o se hace? Para cualquiera de las preguntas hay variedad de respuestas y argumentos, y cada uno variará según las creencias, la lógica y la fundamentación de cada persona. Toda opinión tendrá como base las

influencias a las que hayan sido sometidas las personas. Una forma básica de liderazgo nace cuando se encuentra una forma sencilla de influir en la otra persona. Esa persona que sigue mi opinión se convierte en mi seguidor y yo, de una forma natural y momentánea, en un líder.



### CONSTRUIR

Todas las personas tenemos características que, potenciadas por el deseo innato de liderar, nos abren el camino para construir el líder que cada quien lleva en sí mismo.

Todas las personas tenemos características que, potenciadas por el deseo innato de liderar, nos abren el camino para construir el líder que cada quien lleva en sí mismo. Parece sencillo, pero, entonces, ¿por qué no hay más líderes? ¿Por qué no soy un líder reconocido? La respuesta parece desmotivadora. Para ser líder reconocido hay que influir en muchas personas, inspirar confianza, demostrar con hechos la integridad entre pensamiento, palabra y acción y, sobre todo, que haya diferentes personas conocidas y desconocidas (los seguidores) que cada día apuesten por mí, porque mi

mensaje, mi actuar, mi opinión y mi vida los motiva y transforma.

Seguidor es un término incluyente y conocido. De forma consciente o inconsciente, somos seguidores de alguien, bien sea porque en uso de plena conciencia lo elejimos a través de una red social, un movimiento político, una tendencia cultural, un movimiento religioso, una tradición familiar o social, o de cualquier otra forma en la que una persona llame nuestra atención. Es aquí donde empiezan los angostos caminos y las grandes responsabilidades del líder y su mensaje. Lo que va a convertir a una persona anónima en conocida, como resultado de la correcta combinación entre atención y autoridad que se le otorga por su capacidad de influenciar en sus semejantes.

Ese mensaje que hizo eco, cala en las convicciones individuales de los seguidores y tiene la posibilidad de generar movilización. Y si apunta al mejoramiento, el respeto o la promoción de las condiciones de alguna parte de la sociedad, adquiere valor social. Sus seguidores miran hacia el mismo objetivo y sirven como instrumento de sensibilización para la sociedad y la consecución de metas fijadas en procesos de reflexión colectiva o individual. Por eso, la movilización social requiere de un líder apalancado en su carácter y convencido del valor de su causa movilizadora por el bien común.

Las movilizaciones sociales pueden tener tantos orígenes como prioridades tengan los líderes que las encabezan. Pueden estar fundamentadas en intereses académicos, la defensa de los derechos de la mujer, la igualdad de género o las causas animalistas, pero en ellas debe primar el impacto transformacional de la comunidad en la que se de-

## MOVILIZACIÓN

A partir de nuevos escenarios conquistados se amplían los límites del actuar colectivo, creando nuevos órdenes y formas institucionales de convivencia humana.

sarrollan. En sus valores y en sus instituciones, reflejados en formas legítimas para el actuar de la sociedad. En diversos escenarios en los que el líder y sus seguidores encuentran su rol fundamental a través de mensajes claros, directos y sencillos, con la posibilidad de transformar.

No es un invento moderno. Los orígenes de la movilización social datan de mediados del siglo XIX, con la aparición de los primeros movimientos obreros para reivindicar derechos laborales o me-

jores condiciones de vida de los empleados. Ahora, en el siglo XXI, la globalización favorece la armonización de intereses de las personas y aumenta el poder de influencia del líder con profundo trasfondo solidario. En consecuencia, hoy uno de los retos de la movilización social es el grado de protagonismo, responsabilidad y compromiso que adquiere el líder con su establecimiento, su rol y su impacto. ¿Se convierte entonces el líder, en el protagonista, el dueño o el símbolo de la causa?

La respuesta es no, enfáticamente no. La causa de una movilización social es la razón fundamental y la única protagonista de toda la situación. El líder y todos los seguidores de esa causa que moviliza a la sociedad son símbolos de valentía, de carácter, de trabajo perseverante, decidido y en equipo; de organizaciones valientes y humanos multiplicadores de una causa social que proveerá un mejor futuro. Es decir, de un lugar de operación social y unas mejores condiciones para un grupo de personas. Sólo por el bienestar y la mejora representativa en la vida de los miembros de ese grupo, ha valido la pena cada paso andado.

La movilización social trasciende hacia la consecución del orden comunitario. A partir de nuevos escenarios conquistados se amplían los límites del actuar colectivo, creando nuevos órdenes y formas institucionales de convivencia humana. Una vez el movimiento social se instala dentro de las formas colectivas de convivencia, fortalece la vida de la sociedad hasta que su carácter dinámico se adapta e integra a la comunidad. En ese momento, su carácter de movilización se mimetiza con el ordena-



# *La movilización social requiere de un líder apalancado en su carácter y convencido del valor de su causa.*

miento de derechos y deberes aceptados por todos los miembros de la sociedad y asimilados como obvios por cada uno de los que la conforman. La movilización social ha cumplido con el objetivo que perseguía: el reconocimiento y la aceptación del valor de la causa que lo inspiraba.

Motivaciones de diferente naturaleza también originan movilización social. Con aquellas que no son fácilmente materializables en las formas de convivencia humana, o las causas sociales de salvación de patrimonios materiales e inmateriales de la sociedad que se ven expuestos a las consecuencias de actos que parecen primordiales pero no son imprescindibles. Por ejemplo, causas como la preservación de la calidad del

aire, apoyadas en campañas para reducir la contaminación industrial en áreas urbanas. Para nadie es un secreto que el desarrollo industrial en las ciudades es muy importante a nivel económico, social y local, pero ¿quién quiere una ciudad con mucho desarrollo y ciudadanos con alto poder adquisitivo si no cuentan con aire limpio para vivir?

Estas nuevas causas de movilización social y de reivindicación de los derechos de la comunidad tienen como propósito crear conciencia permanente del valor de lo fundamental para las personas, y allí el carácter del líder de esa causa que mueve a la sociedad es muy importante. La valentía y el carácter del líder se robustecen cuando la sociedad al unísono reconoce que, a pesar de cualquier polémi-





### CONSENSO

En la movilización social, los seguidores tienen un altísimo nivel de compromiso con el líder y un proceso casi de obediencia y compromiso descentralizado orientado hacia un objetivo común.

ca que se pueda desatar, hacer las cosas correctas es necesario para el bien común y sobre todo para inspirar o establecer nuevos puntos mínimos responsables con la supervivencia de todas las comunidades establecidas.

En nuestros días hay tantos movimientos sociales, con tan diversos intereses, que lo que se requiere para su subsistencia es que haya líderes capaces de asumir las causas con visión clara y autodisciplina. La causa no puede ser un asunto más en la agenda del líder, debe ser prioritaria, y apasionarlo para que lo pueda visionar y así labrar el camino que construya metas materializables. En este camino, los seguidores del líder también son protagonistas de la movilización. Ellos son quienes, inspirados por la consecución de la meta, se vuelven multiplicadores del mensaje que promulga la importancia de la causa. El impacto del mensaje y la velocidad del mismo hacen que la movilización social y la causa crezcan a ritmos insospechados, con respuestas altamente favorables, independientemente de quien lidere el proceso.

La movilización social está tan presente en la vida de las personas que casi de forma automática todos los miembros de la sociedad estamos incluidos en algún movimiento voluntariamente, pero inconscientes de todo el impacto que generan los grupos de personas con un interés común. Situaciones naturales, como los círculos de amigos, los ve-

cinos y los compañeros de trabajo, en cuestión de días pueden transformarse en redes activas con una meta que las moviliza como sociedad, redes que, alimentadas por la enorme cantidad de información a la que estamos expuestos diariamente, pueden crear de forma orgánica un líder que abandere el origen de una movilización social por una causa de gran valor para esa y otras comunidades semejantes.

Las formas en las que la movilización social ha encaminado los intereses de los seguidores de una causa pueden clasificarse como movilización social de bases, en ella, los seguidores tienen un altísimo nivel de compromiso con el líder y un proceso casi de obediencia y compromiso descentralizado orientado hacia la protesta radical y no hacia la procura de los cambios consensuados. Una demostración de oposición a lo que existe, sin mayor interés en hacer parte del cambio. Los partidos políticos, en su concepción y definición más pura, son considerados grupos de movilización social, sólo que en ellos al líder lo eligen mediante procesos electorales y el grupo de seguidores y multiplicadores de la causa depende siempre de una organización centralizada que contextualiza y parametriza la consecución de la meta común.

Entonces es posible concluir que una sociedad puede esperar de una movilización social que el mensaje del líder a sus seguidores sea claro, concreto

## *El mensaje del líder debe ser claro, concreto y creativo, para que sea fácil de entender, y debe respetar los códigos sociales, para no transgredir la dignidad.*

y creativo, para que sea de fácil entendimiento, y que respete los códigos sociales, para no transgredir la dignidad de las personas que no pertenecen o simpatizan con la causa. Esa movilización también debe demostrar que su causa o propósito tiene un vínculo natural y explícito con la cotidianidad de las personas, que promueve un cambio que propende por beneficios comunes y amplios y no es un capricho temporal de un grupo de personas con intenciones de entorpecer la vida de la sociedad y la forma como se hacen las cosas. Por último, debe fortalecer la reactivación de los procesos sociales para involucrar a la sociedad en los avances que de forma natural debe tener una comunidad.

La movilización social está tan presente en la vida de las personas que casi de forma automática todos los miembros de la sociedad estamos incluidos en algún movimiento voluntariamente, pero inconscientes de todo el impacto que generan los grupos de personas con un interés común.

**AVISO  
EQUIDAD**