



Número 11, Año 3, Julio-Septiembre 1998

| Número del mes | [Anteriores](#) | [Contribuciones](#) | [Sobre la Revista](#) | [Sitios de Interés](#) | [Directorio](#) | [Ediciones Especiales](#) |

## Breve Crítica Epistemológica de la Comunicación Corporativa del Liderazgo

Por: José Luis Martínez R.

En el curso de la historia miles de sociedades han existido, ello representa infinitas formas de organización. A pesar de su heterogeneidad una constante universal de toda organización social, es la presencia de un guía o jefe en quien descansa la conducción de un grupo, sea este simplemente gregario o complejamente organizado. Las causas que hacen posible que un miembro se constituya o se imponga como dirigente, así como la de los fines que persiga, son múltiples y de variada complejidad, - incluido lo biológico -. Nuestra sociedad no es una excepción.

Diversas ciencias han abordado desde su perspectiva el análisis de liderazgo. En el caso de las ciencias sociales, una de las preocupaciones es poder establecer generalidades validas frente a lo fenoménico de las realidades sociales. En ese sentido el sociólogo alemán Max Weber al estudiar las relaciones de dominación o si se quiere de gobernabilidad entre los hombres, identificó tres tipos básicos de dirigencia o jefatura , y que pueden ser validos para un sin fin de comunidades y organizaciones humanas, a saber: tradicional, carismático, y legal o de representación.

El establecimiento de cualesquiera de estas conducciones implica un fundamento de legitimación. La calidad, aceptación y alcance de un liderazgo esta condicionado por las fuentes sobre las que se basa el derecho de un hombre para gobernar y conducir a otros. Todo liderazgo es por ello mismo social y político. De ese modo, para la primera clase de líder, un dirigente tradicional, justificará su investidura por el pasado ancestral que comparte al ser miembro de una colectividad y, también, por la fuerza de la costumbre, de lazos sanguíneos y consuetudinarios que une a un grupo, así surgen los patriarcas, jefes de tribus y reyes. El que se ejerce a partir de cualidades y virtudes naturales reconocidas por los miembros de una comunidad, al que por su propia gracia (Carisma) personalidad y carácter se le concede sin ningún tipo de condicionamientos confianza y autoridad para gobernarlos, profetas, héroes y caudillos son prototipos del segundo tipo de dominio. El tercero, es producto de acuerdos instituidos en derechos amparados por leyes, y que a partir de éstas se norman y conducen los hombres integrantes de estas sociedades.

Este es el caso de los sistemas basados en la democracia parlamentaria, por legalidad o constitucionalidad si se prefiere, se establece el mandato, tal y como sucede con los llamados servidores públicos de los Estados que actualmente rigen en la mayoría de las naciones. Estos modelos de conducción habitualmente se encuentran entreverados y excepcionalmente aparecen en forma absoluta. Abordado desde diferentes ópticas científicas, el análisis de la dominación o gobernabilidad entre los hombres ha sido objeto, como lo hemos mencionado, de infinidad de estudios. Pese a las diferencias que pueda haber, un elemento común, consiste en que la praxis de la dominación está asociado al poder y al control de unos sobre otros, por ello, el liderazgo es ante todo un ejercicio de poder al seno de una organización o grupo. Por lo que la dirección o jefatura es indisoluble del sistema social en donde se ejerce el gobierno o dominio. Así pues, para comprender los modelos de conducción, es indispensable contextualizar socialmente al poder. Si bien actualmente, es frecuente que las organizaciones privadas y públicas están preocupados en mejorar sus formas de gobernabilidad, normalmente se olvidan de los procesos y contextos en donde se ejerce las acciones de poder o como ahora de manera ligth se llama: liderazgo eficaz.

Ahora bien, para analizar el papel del liderazgo en el caso de nuestras sociedades u organizaciones contemporáneas, es indispensable considerar dos factores determinantes, uno, que la sociedad de mercado se ha vuelto el sistema dominante en el planeta por lo que la diversidad de las formas sociales ( que a principios de este siglo según datos de las ciencias antropológicas, existían entre 4000 y 5000 sociedades distintas al capitalismo) tienden a desaparecer o son subsumidas, y que en la mayoría de los casos ocurre por vías imperiales y de sometimiento. El segundo aspecto, es el alto grado de división social del trabajo por lo que se tienen elevados niveles de desarrollo tecnológico. Sin embargo, estos avances son desiguales y un inmenso número de poblaciones son excluidos de este progreso material. Estos procesos de macrogobernabilidad que podríamos denominar liderazgo entre naciones repercute y condiciona el nivel de microgobernabilidad o liderazgo organizacional .

De ese modo, cuando se postulan criterios para administrar el uso del poder, tiene que tomarse en cuenta el juego de las interacciones establecidas entre lo macro y lo micro. El ejercicio del liderazgo nunca se da en el vacío social, por el contrario se encuentra inserto en la red de la compleja estructura social. Recientemente ante las altas tasas de competitividad (derivadas por el progreso tecnológico y la intensa supervisión del trabajo) entre las naciones y que por ende se reflejan en una fuerte competencia de las organizaciones o instituciones, la discusión en torno al liderazgo ha cobrado un papel trascendental para asegurarse una posición en el agresivo mercado internacional. Por sus raíces epistemológicas las escuelas de comunicación surgidas en los Estados Unidos, han tomado como modelo a las teorías conductistas ancladas en la psicología y en el pragmatismo, de estos abordajes se ha instrumentado todo un paradigma de la comunicación empresarial orientada a la búsqueda de la eficiencia, productividad, y comercialización.

Es en este marco referencial donde se sitúan las nuevas propuestas comunicacionales de los llamados lideratos situacionales. Lo primero que llama la atención, de estos dispositivos es su carácter mediatizador. A ello se aúna el supeditar todo producto elaborado por las organizaciones como llanas mercancías, trátase de lo que se trate. A esta lógica responde el libro de Kenneth Blanchard, Patricia Zigarmi y Drea Zigarmi: El líder Ejecutivo al Minuto. Para estos autores lo principal de una acción conjunta no es la comprensión y valorización de los procesos, sino la eficacia y rentabilidad de los resultados e impactos. Poco importa si el ejercicio de poder es democrático u autócrata, lo que interesa son los fines empresariales, es decir se supedita lo cuantitativo a lo cualitativo. En esa medida la corriente de comunicación corporativa o gerencial, crítica con superficialidad las posiciones extremistas de la cultura empresarial que sólo veía estos dos estilos de poder, pero en el fondo, no existe una reflexión profunda de los fundamentos y valores sociales del poder. Ciertamente pueden ser útiles que en una empresa se retomen ciertos principios autogestivos como los de dirigir, instruir, apoyar y delegar. Ya que logran hacer más productivo y exitoso las inversiones en recursos humanos. Pero ello no exenta, que las recetas de estos autores, pautan el liderazgo desde la perspectiva de la conducta manifiesta y no desde las raíces profundas que legitiman una dirección.

Por ello resultan más reales, los prototipos de jefaturas o de dominio que sugiere Max Weber, ya que estos se enraízan en los niveles profundos de las estructuras materiales y espirituales que mueven a los hombres y sus sociedades, el hombre gregario, organizacional o cívico, sigue a caudillos, profetas o ejecutivos porque éstos los representan -vía comunión de valores- de una u otra forma, más allá de la coacción impositiva, más allá de lo convencional o instituido, más allá de la eficacia o administración productiva del poder, gobierno o liderazgo de que se trata. El que se ejerza una jefatura o dirección cabal sólo es posible si éste se legitima con base a los paradigmas de dominio o gobernabilidad establecidos por los propios hombres en el curso de

la historia. Esta corriente de comunicación corporativa al no reflexionar sobre las fuentes y procesos de legitimación, reducen la intrincada praxis del poder a meras técnicas de liderazgo situacional que supeditan la red de trabajo a eficientizar las relaciones de control y dominio de las conductas, si bien estos mecanismos pueden resultar eficaces en empresas enfocadas a la ganancia, - y que aún en estas me saltan serias dudas -, ¿qué tan validas y aplicables son para instituciones públicas y sobre todo para aquellas dedicadas a la investigación científica y desarrollo tecnológico?.

Para hablar en el lenguaje de las corporaciones, el modelo de liderazgo situacional esta enfocado para situarse en el mercado y obtener el máximo de ganancia, en cambio otras instituciones como las de investigación pura y aplicada, su objetivo es apoyar en la construcción de condiciones para realizar el desarrollo sustentable y acumular el máximo de conocimiento para su permanencia. En ese sentido por encima de la aplicabilidad de estas técnicas de control y conducción, se requiere de impulsar un liderazgo legitimizado en función de valores y principios éticos que limiten la tendencia de un mercado cuya misión es la acumulación de capital y no precisamente la sustentabilidad de las sociedades en equilibrio con su medio ambiente.

## **Bibliografía**

Weber, Max. El Político y El Científico. Alianza, Editorial, Quinta reimpresión, México 1997.

Blanchard. Kenneth; Zigarmi, Patricia; y Zigarmi, Patricia. El líder Ejecutivo al Minuto. Editorial, Grijalbo, México 1996.



---

**[Regreso al índice de esta edición](#)**

---

