

Revista Tendencias. Mayo de 2000. Vol. I No.1

¿EL CAMBIO Y EL LIDER DEL FUTURO?

Por: Arturo Fidel Díaz T. /*

RESUMEN

El artículo trata sobre el cambio, la velocidad del mismo y el líder. Se expone aquí el cambio que estamos experimentando a todo nivel y el papel que le corresponde a la gente del futuro. Las reflexiones sobre la sociedad, la familia y el trabajo generan muchos interrogantes, acerca del papel que debemos jugar todos en el mejoramiento de las condiciones de vida de nuestros pueblos. Igualmente se hace una invitación a ver el futuro con optimismo, con ganas de aprovechar las formidables oportunidades que nos ofrece el entorno nacional e internacional. El artículo concluye con la siguiente hipótesis: El liderazgo del futuro no es otra cosa que estar abierto constantemente al cambio de todos los factores en la sociedad.

En ningún momento de la historia humana ha habido mas preocupación por el futuro y el cambio que en la época presente. La preocupación por el cambio es por los efectos profundos que este produce en la vida de las personas y en el de las organizaciones. La preocupación sobre el cambio es también por cuanto existen organizaciones y sociedades que no están cambiando. En estos casos la preocupación es por impulsar o motivar el cambio

El interés observado por el cambio obedece a que las consecuencias de éste, o de no cambiar, tienen un gran impacto en la sociedad. Igualmente, el cambio es la preocupación de todas las personas por cuanto se trata de minimizar los efectos negativos que se puedan desprender de un evento relacionado con el mismo. Desde luego, tanto los beneficios como los perjuicios son inherentes a toda modificación de un estado identificado como inicial. Sin embargo, sea cual fuere el resultado, lo que se comprueba es el interés de la sociedad por cambiar.

Quizás, por ejemplo, no sea apropiado hablar que la situación que enfrenta Colombia nos provoca excitación o emoción, debido a los terribles problemas económicos, sociales y de abuso de los derechos humanos que enfrentamos. Sin embargo, si las expresiones no reflejan el estado de ánimo de los interesados en el tema, los avances en el entendimiento del comportamiento humano y la tecnología han creado oportunidades, como nunca antes, para redefinir efectivamente los problemas que sufrimos. Tal vez no son los problemas los que realmente nos emocionan y nos desafían, sino las soluciones a las que debemos llegar lo que genera la emoción, la ansiedad y la excitación. Por lo tanto, hablar sobre el cambio, entenderlo y ponerlo en ejecución, es lo que contribuirá a disminuir el stress social que enfrentamos.

expresar metas que eleven a la gente por encima de sus mezquinas preocupaciones, para alcanzar objetivos dignos de sus mejores esfuerzos

Charles Dickens escribió de una forma simple lo que debía ser el ser del futuro: “me he preocupado mucho por su educación; le dejé vagar por las calles cuando era muy chico y lo dejé que se las arreglara como pudiera. Es la única manera de hacer que un muchacho se vuelva listo, si señor”. Esta expresión lo que significa es que para formar parte del ser del futuro, se tiene que conocer el mundo tan bien como se conoce así mismo.

El ser del futuro, a decir de Kurt Lewis, es un innovador, es capaz de hacer cosas que no se han hecho, es el que se adelanta a todos. Es además el que hace cosas nuevas y vuelve nuevas las cosas viejas. Es el que habiendo aprendido del pasado, vive en el presente y tiene puesto un ojo en el futuro. El líder del futuro según Eric Hoffer, es el que tiene la capacidad de aprender y de reinventar lo que ya se aprendió.

Finalmente, Stephen Covey en su libro Liderazgo Centrado en los principios, reconoce que el líder del futuro es el que está dispuesto a ayudar a la gente para que ésta encuentre un significado para sus vidas y para que se realicen. Es parte del ser del futuro aprender a hacer una arquitectura social que anime a las personas brillantes para que trabajen juntas y que desplieguen su propia creatividad. Michael Z. Brooke en su libro el Ejecutivo Visionario, propone que el hombre de la era del conocimiento y las comunicaciones tiene que desarrollar el sentido de dirección, el sentido de información y el sentido de la cooperación. Por su parte John P Kotter en su libro El Líder del Cambio afirma que es responsabilidad de los líderes comunicar ampliamente su visión de cambio.

NOTAS:

/* Economista de la U de Nariño, Master of Art in Planning and Public Policy de la Universidad de Oregon - USA; Especialista en Finanzas de la Universidad del Valle, Especialista en Docencia Universitaria de la U de Nariño. Diploma en Formulación y Evaluación de Proyectos Sociales del Instituto Centro Americano de Administración de Empresas INCAE de Costa Rica. Profesor Universidad de Nariño.

- (1) (1) Ian Mitroff. Cómo Pensar con Claridad. Editorial Norma.1996.
- (2) (2) Etzioni. A Social Problems. Englewood Cliffs. N.Y. Prentice- Hall 1976.
- (3) (3) Lippitl, R Watson. J. A Westley, B. The Dynamics of Planned Change. New York. HB. Jovanovich 1973.
- (4) (4) John Naisbitt. Megatrends. New York, Warner, 1982.
- (5) (5) Willian Paul McGreevey. An economic history of Colombia. Cambridge University Press 1971.
- (6) (6) Alberto Romero. Colombia en la Economía Internacional. Universidad de Nariño-Cinde. Pasto,1993. Tres Ensayos de Economía. Universidad de Nariño-Cinde. Pasto,1995,pp.13-14.

- (7) (7) Alvin Toffler. La Tercera Ola. Plaza & Janes. 1993.
- (8) (8) Thomas E. Skidmore. Modern Latin America. Second Edition. N.Y, Oxford 1989.
- (9) (9) Warren Bennis & Burt Nanus. Leaders. The strategies for taking charge. Harper & Row, Publishers, N.Y. 1985.
- (10) (10) Ibidem: p,21.
- (11) (11) Warren Bennis y Burt Nanus. Lideres. Editorial Norma.1992, p 3.
- (12) (12) Ibidem; p 3.
- (13) (13) Citado en Lideres por Warren Bennis. p 3.
- (14) (14) John Naisbitt. Megatrends. N.Y. Warner, 1982.
- (15) (15) Citado por Warren Bennis en Lideres. P 11.
- (16) (16) Edgar H. Schein. Organizational Psychology. Prentice-Hall, Inc. 1993.
- (17) (17) McClelland, Power: The Inner Experience, p 48.
- (18) (18) McClelland, Power: The Inner Experience, p 48.
- (19) (19) Alvin Toffler. El Shock del Futuro. Plaza & Janes.1970, traducido en 1993.
- (20) (20) Thomson, George. The Foreseeable Future. N.Y. Viking 1960.
- (21) (21) Alvin Toffler. El Shock del Futuro. P&J. 1993.
- (22) (22) Ibidem, p 20-21.
- (23) (23) Ibidem. P 21.
- (24) (24) Citado en Cipolla, Carlo M., The Economic History of World Population. Baltimor: Penguin Books, 1962.
- (25) (25) Alvin Tofler, op cit p, 25.
- (26) (26) Alvin Toffler, El Shock del Futuro, p 44.
- (27) (27) Alvin Toffler. Op cit. P 44.
- (28) (28) Baier, Kurt, y Rescher, Nicholas, Values and Future. N.Y: The Free Press, 1969.
- (29) (29) Alvin Toffler. La Tercera Ola. Plaza & Janes. 1980.
- (30) (30) Alvin Toffler. La Tercera Ola. Plaza & Janes. 1993. P 482.
- (31) (31) Citado por Alvin toffler. Tercera Ola, p. 482.