Cuanta más IA, más IE

Alfas y Omegas. Guía para un liderazgo incluyente

Mercè Brey y Victoria Yasinetskaya, Plataforma Editorial, 2019

David Cano nos ofrece su reseña de «Alfas y Omegas. Guía para un liderazgo incluyente»: tenemos que modificar y adaptar, entre otras cosas, el estilo de liderazgo y la forma en la que se gestiona una organización, poniendo a la persona en el centro.

David Cano @david_cano_m | *Socio director de Afi Inversiones Globales, SGIIC*

Estamos en una nueva revolución industrial, liderada por la tecnología, en la que de forma simultánea (y causal) se producen otros cambios. Estos tienen que ver, por ejemplo, con la manera de relacionarnos con otras personas y con los objetivos y prioridades que nos marcamos en nuestra vida personal y profesional[1]. En consecuencia, **tenemos que modificar y adaptar**, entre otras cosas, **el estilo de liderazgo y la forma en la que se gestiona una organización, poniendo a la persona en el centro**.

Sobre esto trata «Alfas y Omegas», una «guía para un liderazgo incluyente» en la que las autoras (Mercè Brey y Victoria Yasinetskaya) sostienen que **cada vez se valora más en un líder su capacidad de escuchar** y de conectar con los demás, de colaborar, de reflexionar y de apoyar («el modelo de *palo y zanahoria* ha dejado de tener sentido. Rendimos más cuando nos sentimos respetados, cuando aprecian nuestro trabajo, cuando somos escuchados»).

Sería justo pensar que estos valores se alejan de lo que tradicionalmente se ha visto en el modelo de liderazgo masculino y, en general, en las empresas, donde, tal y como se señala, «existe un déficit formativo en un liderazgo más emocional». Por el contrario, se trata de valores más comunes entre las mujeres, y es aquí donde está la transformación, porque **«hay que dejar espacio a las emociones, y esto es muy femenino»**.

Por eso, Brey y Yasinetskaya defienden que los llamados valores femeninos, más centrados en el ser humano, deben tener más peso en la forma en la que se gestionan las empresas y el talento. Y porque en la era de la inteligencia artificial (IA), hace falta más inteligencia emocional (IE): cuanto más silicio, más sentimientos, y ahí es donde los atributos femeninos son más útiles. Se trata de «feminizar las organizaciones», que no consiste en otra cosa que en «abrazar los atributos de lo femenino y **adoptar un modelo más centrado en el humanismo**». Se trata, sobre todo, de entender que unos y otras somos complementarios, y que **en el equilibrio entre los valores masculinos** (fuerza, capacidad de tomar decisiones, lógica, racionalidad) **y los femeninos** (sensibilidad, empatía, tolerancia, intuición, capacidad de diálogo) **reside el éxito para las empresas y el bienestar de los empleados**.

Es decir, vamos hacia empresas más compensadas en valores alfa y omega, lo que no significa necesariamente igual en número de hombres y mujeres, sino en atributos masculinos y femeninos (es decir, una **neutralidad de género**). El camino hacia la necesaria equidad no debe ser una lucha de la mujer contra el hombre, sino que **la transformación pasa por la unión de ambas fuerzas y el apoyo mutuo**. «Es importante tener ambos estilos de liderazgo. Feminizar las organizaciones no va de confrontar hombres y mujeres, sino de integrar lo femenino y lo masculino». El reto es que los hombres puedan desarrollar un perfil con los atributos femeninos de liderazgo, así como evitar que las mujeres se «masculinicen». Es preciso entrenar a las personas para que desarrollen ambos perfiles, sabiendo abrazar lo mejor de cada uno de ellos. Se debe imponer un **liderazgo colaborativo** que busca el acuerdo en lugar de uno dictatorial o de perseguir el reconocimiento. «No sirve de nada alcanzar una paridad si, para llegar a ella, las mujeres han tenido que renunciar a sus competencias naturales, masculinizándolas.»

«Equilibrio entre lo masculino y lo femenino». Muy de acuerdo. Y también con que «desmasculinizar» tiene consecuencias positivas para todos, incluidos los hombres. «La igualdad de género y la liberación de los valores femeninos redundan en beneficio del hombre». Porque **la diversidad es rentable** y «la diversidad trasciende a la cuestión de género» (o debería). «Las empresas van a tener que evolucionar e integrar la diversidad para sobrevivir de la misma manera que necesitan abrazar la ola incuestionable de la transformación digital. Las empresas poco diversas tienen y tendrán mayores dificultades para la atracción y retención del talento, así como para seguir el ritmo incesante de la innovación»::

[1] De forma mucho más clara en las generaciones incorporadas a las empresas en el último lustro.