|  |  |
| --- | --- |
| **COLEGIO EMILIA RIQUELME****GUIA DE TRABAJO 7****PERIODO 4** |  |
| **Fecha:****Oct. 19-23 de 2020** | **Grado:****9°** | **Área:** **Ética y valores**  | **Profesora:****Hna. Luz Adiela Arredondo** |

Muy queridas estudiantes, con gran alegría iniciamos esta semana, y vamos avanzando en el mes misionero; ayer celebramos con la Iglesia la jornada universal de oración por las misiones; una oportunidad para reflexionar sobre el compromiso que tenemos todos los bautizados, de anunciar la Palabra de Dios, de darla a conocer desde los más cercanos.

De igual manera orar por el aumento de vocaciones misioneras, jóvenes que atiendan el llamado de Dios y que vayan a aquellos lugares apartados donde no han tenido la oportunidad de conocer el Amor de Dios.

Durante la semana los invito a que en familia oremos por las necesidades de la Iglesia Misionera.

Bendecida semana.



ESTILOS DE LIDERAZGO

Cuando una persona ejerce su liderazgo en un grupo o en una familia lo hace con la fuerza de algún tipo de poder. Según Hill R. Brigh y colaboradores de la Universidad iberoamericana de liderazgo, los tipos de poder pueden ser: a. coerción, b. Conexión, c. Recompensa. d. Legitimidad, e. Información, f. Negociación y g. Experiencia.

1.-COERCION: es tener la capacidad de obligar a los seguidores a obedecer por la fuerza. Si la persona no quiere obedecer se le presiona bajo amenazas y trato brusco y si es necesario violento. Lo ejercen los ladrones, los autoritarios, los patrones inhumanos y a nivel de gobernantes los dictadores.

2. CONEXION: quien ejerce este tipo de poder busca relacionar la orden que da con una persona importante, influyente o poderosa o con otra acción perjudicial. Lo utilizan algunas mamás cuando amenazan al hijo diciéndole: “espere que su papá llegue para que arregle las cuentas con él”. También cuando se amenaza con el jefe o se presiona diciendo que “esto no se va a quedar así”.

3. RECOMPENSA: este tipo de poder es halagüeño porque la persona no es amenazada como en los casos anteriores sino que es bonificada o premiada. “Si me hace caso le daré un dinero extra, le pagaré más de lo acordado, le daré unos días de vacaciones”, etc. Claro que no hay que entender que lo que se está ordenando sea ético o moral, porque se puede dar la orden de robar o matar e igual se le compensará.

4. LEGITIMIDAD: este tipo de poder motiva a obedecer por la fuerza de la ley. Por ejemplo, el presidente de una nación o de una compañía da una orden y se le obedece porque se reconoce su autoridad legal. Es un tipo de poder ejercido por los representantes de la ley como los policías, los gobernantes, los directivos de un colegio, etc.

5. INFORMACION: quien tiene la información puede dirigir el comportamiento de otra persona, puede manipular y hasta extorsionar. Este poder lo utilizan los secuestradores, obligando a pagar la suma requerida amenazando con que tienen los nombres de todos los miembros de la familia del retenido, las direcciones y la lista de sus propiedades. También la utilizan los negociantes para salirle adelante a un competidor

6. NEGOCIACION: poder que utilizan quienes tienen la capacidad de convicción y de seducción. Puede ser utilizado por un pretendiente cuando logra convencer a su amada del amor que le profesa o un vendedor cuando convence a su cliente de las bondades del producto. O un sacerdote que logra convencer a la comunidad de los beneficios de determinada obra y los persuade de colaborar para llevarlo a cabo.

7. EXPERIENCIA: es el poder de quien lleva una buena suma de años frente a una obra, una empresa, una comunidad o determinado oficio. Es el caso de un escritor de renombre como García Márquez o Paulo Coelho que logra que sus lectores compren sus obras fácilmente. Este tipo de poder lo puede tener un albañil por su habilidad reconocida para desempeñar su oficio o un conductor por su pericia, etc.

8. AFECTO: poder que se ejerce sobre las personas porque se crearon lazos de amistad, de aprecio, de cariño o de amor. Es el caso de un padre para con sus hijos, de un maestro para con sus estudiantes, de unos amantes entre sí. En este sentido, Irwin Federmann, afirma: “uno se interesa en una persona por lo que ella sea sino por lo que le haga sentir a uno. Sostengo que en igualdad de circunstancias, trabajamos más y más eficientemente para una persona que nos gusta, y nos gusta en proporción directa a cómo nos haga sentir”

En estos tipos de poder están implícitos diferentes estilos de liderazgo como el autoritario para unos, el democrático para otros y el “laissez-faire”.

Por lo general, los términos tienen su propia connotación y cuando se mencionan ya se tiene una idea de ellos. En el caso del LIDERAZGO DEMOCRATICO la sensación es positiva, se piensa en un guía comprensivo, humano, sensible, solidario y accesible. Por el contrario cuando se dice LIDERAZGO AUTORITARIO se piensa en características negativa como dictador, tirano, absorbente y mandón. En medio de estos dos estilos se encuentra el laissez-faire, el cual permite pensar en un líder “fresco” que no sufre ni se preocupa por nada y que sin ejercer control y poner limitaciones va permitiendo que la obra o la comunidad se hunda en el caos.

Pero sin duda alguna, en atención a los ideales éticos de autorrealización humana, el estilo más adecuado para un líder es el democrático con toque conciliador, enfoque humanístico y mucha sensibilidad ante la realidad de sus seguidores. Investigadores del centro de liderazgo creativo han descubierto que la insensibilidad hacia los demás es la razón que más se cita para explicar el fracaso de ejecutivos y líderes.

Este estilo de liderazgo hace que el líder valore a sus seguidores, los integre, los anime a cohesionarse cada vez más, los respete y los escuche. Tiene en cuenta sus ideas y propuestas. Trabaja con ellos, los acompaña y se hace acompañar.

El líder democrático propende por la responsabilidad, la solidaridad y trabaja por crear y mantener un ambiente agradable, amistoso, creativo y productivo.

**ACTIVIDAD**

1. Elija a un líder de su preferencia, ya sea a nivel mundial, nacional, regional o familiar:
* Comparte una fotografía
* Un símbolo de su búsqueda o su lucha
* Su característica más sobresaliente
* Una frase que sintetice su ideal
* La razón por la cual lo admiras