

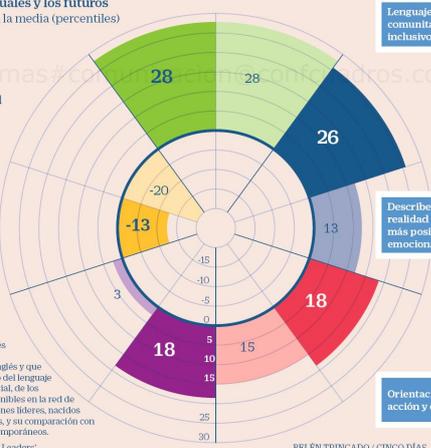
Fortuna

Las nuevas generaciones de líderes sociales La emocionalidad y el altruismo, las principales diferencias entre los líderes actuales y los futuros

Desviación respecto a la media (percentiles)

- Apertura**
 - Puturos líderes
 - Líderes actuales
- Responsabilidad**
 - Puturos líderes
 - Líderes actuales
- Extraversión**
 - Puturos líderes
 - Líderes actuales
- Altruismo**
 - Puturos líderes
 - Líderes actuales
- Neuroticismo**
 - Puturos líderes
 - Líderes actuales

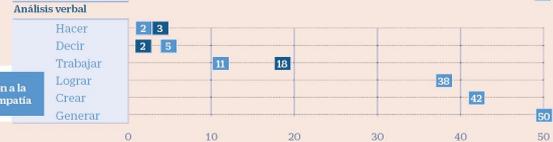
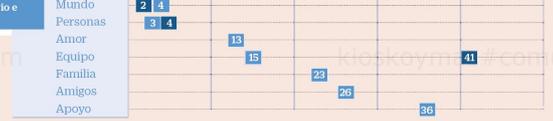
Prospección realizada a través de técnicas de NLP (término abreviado por sus siglas en inglés y que responden al procesamiento del lenguaje natural) e inteligencia artificial de los contenidos y discursos disponibles en la red de una selección diversa de jóvenes líderes, nacidos después de 1990, de 12 países, y en comparación con una muestra de líderes contemporáneos.
Fuente: LLYC y Trivu - Future Leaders.



Análisis del vocabulario empleado por los líderes

Top-50 de los sustantivos más empleados en cada generación

Puturos Actuales



ASÍ HABLAN Y PIENSAN LOS LÍDERES DEL FUTURO, SEGÚN LLYC

Las nuevas generaciones tienen un mayor sentido de la responsabilidad y el deber

Los jóvenes están más orientados a la acción que los mayores, utilizan el verbo "hacer" por encima de "decir"

ANA MUÑOZ VITA
MADRID

El Covid-19 ha evidenciado una crisis en el liderazgo tradicional. La pandemia ha acelerado las tendencias que empezaban a asomar y los líderes deben estar preparados para adaptarse a estos cambios. Con el objetivo de adelantarse a esta evolución y cerrar la brecha entre lo que demanda la sociedad y la forma de ser de los mandos actuales, LLYC y Trivu han presentado el informe

Future Leaders, que pretende arrojar un poco de luz sobre la personalidad de la nueva generación de líderes, por debajo de 30 años, de lengua hispana y portuguesa.

"Para anticiparnos a la transformación, hemos conducido una investigación disruptiva alrededor del elemento movilizador por excelencia de un líder: su comunicación", comenta el presidente de LLYC, José Antonio Llorente. La entidad ha llevado a cabo, junto con Trivu, un análisis de la huella digital discursiva -desde publicaciones en redes sociales a charlas colgadas en plataformas web-, mediante técnicas de procesamiento lingüístico e inteligencia artificial, para esclarecer las tendencias y los rasgos de los líderes del mañana.

Los resultados muestran que la responsabilidad y el altruismo se postulan como la principal diferencia entre las personas que son influyentes hoy y las que lo serán en el futuro. En primer lugar, el informe refleja que los jóvenes tienen un sentido de la responsabilidad y del deber mayor que los veteranos -26 y 13 puntos, respectivamente-, según el modelo de psicología Big Five ideado por Lewis Goldberg, que dibuja un retrato robot incluyendo diferentes aspectos que configuran la personalidad-. Asimismo, el documento también apunta

que el altruismo es mayor entre las nuevas generaciones. "Es la amabilidad, el cómo de importante consideramos el efecto que nuestras decisiones tienen en los demás a la hora de tomarlas por encima del efecto que nos producen a nosotros mismos. Una cuestión de cooperación y confianza", comenta el director de tecnología de LLYC, Miguel Lucas.

Una observación que también ratifica el análisis morfológico, que muestra que los jóvenes emplean un discurso mucho más centrado en los valores comunitarios, sociales y de trabajo en equipo. "Amor", "equipo", "familia", "amigos" y "apoyo" son algunos de los sustantivos que aparecen entre los 50 más utilizados por las nuevas generaciones que, sin embargo, no figuran o lo hacen entre las últimas posiciones en el caso de los líderes actuales. Los adjetivos también reflejan un cambio de mentalidad de cara al futuro. Estos "nos permiten aproximarnos a cómo los líderes entienden el mundo que les rodea y cómo definen el futuro hacia el que quieren avanzar", reza el informe. El uso de palabras emocionales es mucho más abundante en el discurso de los jóvenes (45% más), que, a su vez, emplean el 78% de las veces un lenguaje de carácter positivo. Así, "feliz", "hermoso", "increíble",

"maravilloso" o "favorito" son algunos de los más repetidos por quienes inspirarán a la sociedad en los próximos años. Por su parte, el discurso de los contemporáneos es mucho más frío y técnico. "Político", "capaz", "legislativo" y "efectivo" son algunos de los adjetivos que solo aparecen en su vocabulario.

Por último, los verbos ilustran que los jóvenes están mucho más orientados a la acción que los más mayores. "Hacer" aparece en segunda posición en el análisis de los futuros líderes y en la tercera en el caso de los contrarios, mientras que "decir" se encuentra en quinto y segundo lugar, respectivamente. "Trabajar", "lograr", "crear" y "generar" son otros de los verbos que aparecen en el lenguaje de las nuevas generaciones y no en el de los actuales, que paradójicamente emplean más las conjugaciones de futuro.

Para la definición de quiénes son los Future Leaders analizados en el estudio, Trivu y LLYC han cruzado numerosas bases de datos hasta contar con un listado de 120 jóvenes de 12 países diferentes y ámbitos tan diversos como el emprendimiento, la gastronomía o las ciencias sociales. En España, destacan nombres como la investigadora Maitane Alonso, la escritora Elvira Sastre o el emprendedor Álex Sicart.